

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

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний
університет

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

За редакцією С. І. Шкарабана
Збірник засновано в 2007 році
Виходить чотири рази на рік

Випуск 12

Частина 4

Тернопіль
2013

Економічний аналіз
Випуск 12. Частина 4.

2013 рік
Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради
Тернопільського національного економічного
університету,
протокол № 6 від 12 квітня 2013 р.

Збірник наукових праць

Засновник і видавець:
Тернопільський національний економічний
університет

Виходить чотири рази на рік

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

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 : Видавничо-поліграфічний центр
Тернопільського національного економічного університету “Економічна думка”, 2013. – Вип. 12. –
Частина 4. – 304 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.

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://econa.org.ua/>

http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ecan/index.html

<http://www.library.tneu.edu.ua/>

ISSN 1993-0259 (Print)

ISSN 2219-4649 (Online)

© Тернопільський національний економічний університет, 2013

© «Економічний аналіз», 2013

© Різник О. І., дизайн обкладинки, 2007-2013

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 19228-9028ПР від 13 липня 2012 р.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Маначинська Юлія Моделювання приросту економічної вартості підприємства на основі актуарного базису	9
Маркіна Яніна Вибір оптимальної інноваційної стратегії для підприємства	13
Охота Віталій Проблеми конкурентоспроможності вітчизняних ТНК	16
Ронська Ольга Сучасний стан та аналіз ефективності використання коштів, спрямованих на виконання заходів з охорони праці на вугледобувних підприємствах	21
Ряховська Анна Факторний аналіз ефективності використання основних фондів металургійного підприємства	25
Рыбалко Людмила Технологическая и экологическая целесообразность комплексного использования минеральных ресурсов в направлении повышения рентабельности работы предприятия	30
Северина Світлана Сучасні проблеми управління ефективністю на українських підприємствах	33
Седікова Ірина, Килинчук Олеся Проблеми просування продукції підприємств з виробництва соків	36
Сівашенко Тетяна Підходи до визначення внеску персоналу в конкурентоспроможність підприємства	39
Скригун Наталія, Кочмарук Марія, Семененко Катерина Аналіз споживчих мотивацій та їх використання в практичній діяльності підприємств	43
Смутко Андрій, Щаслива Ганна Аналіз сильних та слабких сторін бізнесу з використанням механізмів нечіткої логіки	47

Снігур Христина Розробка методичних підходів до формування критеріїв відбору інвестиційно-інноваційного проекту для підприємств харчової промисловості	51
Соломянюк Наталія Теорія життєвого циклу при плануванні в маркетингу	56
Сотніков Андрій Сучасний стан машинобудівної галузі України та перспективи впровадження прогресивних систем управління	60
Спащенко Ганна Загальні тенденції розвитку торгівлі на ринках України	65
Спільник Ірина Аналіз економічної доданої вартості підприємства	70
Старінська Вікторія Особливості моделювання та використання соціального потенціалу туристичного підприємства	75
Тараєвська Леся, Ріщук Лілія Методичні підходи до оцінки рівня управління організацією	79
Толпежніков Роман, Пастошук Олександр Стратегічна карта підприємства як основа підвищення вартості підприємства	84
Толпежніков Роман, Пастошук Олександр Методика оцінки результативності корпоративного управління	89
Турченко Тетяна, Гуревич Олександр Удосконалення ергономічних вимог як один із напрямів зменшення виробничого травматизму	92
Тучковська Ірина, Артищук Ірина Аналіз тенденцій інноваційного розвитку торговельних підприємств	96
Урсакий Юлія Управління мотивацією на засадах якості життя як засіб підвищення продуктивності та конкурентоспроможності підприємства	101
Федишин Майя Удосконалення методики оцінювання фінансового стану як передумови проведення аналізу грошових потоків підприємств харчової промисловості	106
Федорченко Андрій Аналітична функція маркетингу в системі управління підприємством	112

Хваль Юлія Упровадження категорійного менеджменту на підприємствах роздрібної торгівлі	117
Цимбалюк Світлана Механізм формування компенсаційної політики: теоретико-методологічні аспекти	123
Червякова Валентина Організаційно-методичний комплекс контролінгу в системі управління підприємствами автосервісу	129
Черемісова Тетяна Джерела самофінансування підприємств: їх склад та структура за кризових умов	133
Чернецька Світлана Аналіз ефективності управління підприємством державного сектору економіки на прикладі державного підприємства Міністерства оборони України «Сакський центральний військовий клінічний санаторій імені М. І. Пирогова»	137
Чубка Ольга Характеристика підходів до формування оборотного капіталу промислових підприємств	142
Шелест Олена Методичний підхід до діагностики інвестиційних ризиків авіатранспортних підприємств	149
Шендерівська Ліна, Лавренюк Маргарита Прок'юремент як система постачання у видавничо-поліграфічній галузі	154
Щекович Олена Оцінка економічної ефективності інтенсифікації розвитку виробничих процесів підприємства на основі реалізації інноваційних проектів	158
Щербань Олена Методичний підхід до розробки фінансової стратегії підприємства	161
Щербатенко Ірина, Горбачова Оксана Аналіз факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємств авіатранспортної галузі	166
Яворська Катерина Бізнес-напрямок як складова збалансованого портфеля бізнесів	171

Яковець Тетяна Розрахунок оптимальної структури капіталу для підприємств лісового господарства	175
Яркина Наталья Екстраполяція як средство експресс-діагностики в управленні підприємствами рибного господарства	180
Яцюк Олег, Твердохліб Ірина Необхідність, мета та послідовність планування автосанації підприємства	185
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ	
Бугара Алла Методичні підходи до оцінки собівартості виноробної продукції	189
Будько Оксана Формування цілісної обліково-аналітичної системи суб'єктів господарювання	192
Височан Олег ПДВ у діяльності туристичних підприємств: особливості нарахування, обліку та сплати	197
Войнаренко Михайло, Єсієва Наталія Автомобільні вантажні перевезення як об'єкт обліку та аудиту діяльності підприємств-перевізників	204
Зигрій Ольга Удосконалення методики аналізу показників бухгалтерської фінансової звітності підприємств	208
Зима Юлія Особливості застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в обліку основних засобів	211
Кулагин Александр Аудиторская оценка подхода управленческого персонала к отдельным элементам концепции существенности	215
Любезна Ірина Оцінка матеріальних запасів у вітчизняній та зарубіжній системах обліку	221
Мохняк Володимир Сучасний стан і перспективи розвитку бухгалтерського обліку в кредитних спілках України	227

Муравський Василь Забезпечення інформаційної безпеки в автоматизованих системах бухгалтерського обліку	232
Пилявець Олена Організація облікової політики у фермерських господарствах рибницької галузі	236
Резникова Ольга Обоснование стратегических решений на основе учетной информации	242
Савченко Ігор Обчислення і аналіз витрат часу на виправлення бухгалтерських помилок за допомогою імітаційного моделювання	246
Серкіна Ніна, Швець Володимир Особливості обліку надходження і перерахування членських внесків у неприбуткової організації та їх контроль	251
Томчук Олена Інформаційне забезпечення SWOT-аналізу	255
Усік Ірина Значення доходів та видатків спецфонду у діяльності бюджетних установ	259
Черешнюк Оксана Концепція обліку в управлінні інноваційною діяльністю підприємства	263
Щербай Галина Теоретичні засади методики обліку господарської діяльності в бюджетних установах	268
ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЦІЛЬОВИХ РИНКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	
Гавришків Ірина Пріоритети забезпечення інвестиційної привабливості Тернопільського регіону	272
Давлетбаева Назгуль Рыночные механизмы коммерциализации инновационной деятельности	276
Оливко Оксана Концептуальні засади формування глобального ринку праці	281
Пазізіна Клавдія Оптимізація структури зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору в контексті забезпечення продовольчої безпеки України	286

<i>Пшенична Тетяна</i>	
Оцінка ефективності діяльності кластерів у молокопереробній галузі	290
<hr/>	
<i>Савенко Ігор</i>	
Стандартизація зернової продукції – основа функціонування макрологістичної системи виробництва та перерозподілу зерна в Україні	297
<hr/>	
<i>Штефан Богдан</i>	
Ринок бізнес-аналітики: тенденції та перспективи розвитку	301

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

УДК 657 (470+571)

Юлія МАНАЧИНСЬКА

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри обліку і аудиту,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

МОДЕЛЮВАННЯ ПРИРОСТУ ЕКОНОМІЧНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ АКТУАРНОГО БАЗИСУ

У статті розкрито процес фундаментального аналізу приросту економічної вартості бізнесу в ході здійснення основної операційної діяльності підприємства на базі актуарної фінансової звітності із застосуванням зарубіжного досвіду. Наведено модель залишкового операційного прибутку, в основу якої покладено формулу Гордона та статичне балансове рівняння актуарного бухгалтерського обліку.

Ключові слова: модель, економічна вартість, фундаментальний аналіз, власний капітал, актуарна звітність, операційний прибуток, операційні активи, операційні зобов'язання.

У західній економіці фірми оперують на глобальних ринках капіталу, через які здійснюються операції з акціями та іншими корпоративними заощадженнями потужних корпорацій світу. Для невеликих компаній існують інші різноманітні джерела залучення коштів – від приватних інвесторів до публічних акціонерних товариств з обмеженою відповідальністю, що входять у лістинг фондової біржі [1, с. 188].

Сучасна економіка України теж характеризується суттєвим зростанням ролі фінансових інститутів, біржових та інших інвесторів у залученні джерел фінансування бізнесу, що необхідні для реалізації програм розвитку суб'єктів господарювання в умовах зростання інвестиційної активності на вітчизняному ринку капіталу та залучення іноземних інвестицій.

Біржові інвестори та інші учасники фінансового сектору економіки приймають рішення про вкладення коштів у ту чи іншу організацію за результатами оцінки її інвестиційної привабливості та економічної вартості, що створюється. Основним джерелом фінансової інформації для оцінки вартості комерційної організації виступає їх фінансова звітність [2, с. 128].

А. І. Шигаєв [3] робить акцент на тому, що сучасна фінансова звітність дуже часто зазнає критичної оцінки з точки зору корисності інформації, що в ній наводиться, для прогнозування майбутніх грошових потоків та оцінки вартості організації. У зв'язку з цим для аналізу доданої вартості підприємства чимало біржових та інших інвесторів трансформують традиційну фінансову звітність і фактично отримують нову модель актуарної фінансової звітності, яка надає можливість точніше визначати розмір, терміни та ймовірність майбутніх грошових потоків й результатів діяльності підприємства.

В умовах поглиблення ринкових перетворень зарубіжні аналітики та інвестори складають актуарну фінансову звітність на підготовчому етапі аналізу і оцінки вартості підприємства шляхом трансформації бухгалтерської звітності, що підготовлена відповідно до

МСФЗ [3].

Оцінка вартості бізнесу, тобто реального його приросту загалом на базі актуарної фінансової звітності передбачає паралельне проведення фундаментального аналізу акцій обраного суб'єкта господарювання. Саме застосування методичного інструментарію фундаментального аналізу створює сприятливе підґрунтя для виявлення неправильно оціненого акціонерного капіталу.

Розкриттю змісту процесу моделювання приросту економічної вартості підприємства в ході здійснення основної операційної діяльності присвячені праці таких зарубіжних вчених, як Г. Александер, Д. Бейлі, В. Б. Івашкевич, В. Г. Когденко, М. В. Мельник, Дж. А. Охлсон, С. Пенман, А. І. Шигаєв, У. Шарп та ін.

В умовах поглиблених ринкових перетворень та інвестиційної активності на ринку капіталу України постає нагальна необхідність побудови дієвої системи оцінки вартості суб'єкта господарювання на базі актуарної звітності із здійсненням у паралельній проекції фундаментального аналізу об'єктивної оцінки їх акціонерного капіталу на базі зарубіжного досвіду.

Основною метою статті є пошук раціонального алгоритму процесу моделювання приросту економічної вартості підприємства на підставі даних актуарних розрахунків з точки зору його корисності та з метою застосування в процесі прогнозування майбутніх грошових потоків суб'єкта господарювання на основі детальної характеристики підходів зарубіжних науковців у сфері обліково-аналітичного забезпечення системи управління бізнесом.

Інвестиційна діяльність як вкладення інвестицій у здійснення практичної діяльності з ціллю отримання прибутку або досягнення іншого корисного результату надзвичайно різноманітна та обумовлюється цілями та задачами інвестора, їх можливістю брати участь у реалізації певної ідеї, без якої не варто приступати до використання грошових коштів. Якщо розглядати купівлю цінних паперів як джерело отримання

додаткового доходу у вигляді дивідендів, при цьому, природно, остерігатися програшу, то потрібно під час придбання останніх особливу увагу звертати на те, хто виступає емітентом, яка його фінансова історія, який ризик вкладення [7, с. 3]

Для операцій на ринках капіталу застосовуються засоби фінансового забезпечення (цінні папери). Цінний папір виступає засобом заощадження, який обертається (передається). Фірма, яка потребує інвестицій, має можливість отримати необхідний капітал одним із наступних способів: продати частку участі у власному капіталі підприємства; взяти позику на невизначений або фіксований термін. За своєю

сутністю, на думку Б. Раяна [1], позика схожа на договір оренди, коли предметом оренди виступає сума позики, а орендною платою – відсотки, що сплачуються.

На думку У. Шарп, Г. Александер та Д. Бейлі, процес фундаментального аналізу містить пошук та виявлення таких ситуацій, у яких оцінка фінансовим аналітиком майбутніх доходів, є, на думку аналітиків, більш точними порівняно із загальноприйнятими оцінками та ще не отримали відображення в ринковому курсі цінних паперів [6, с. 793].

Етапи процесу фундаментального аналізу акцій наведено на рис. 1.

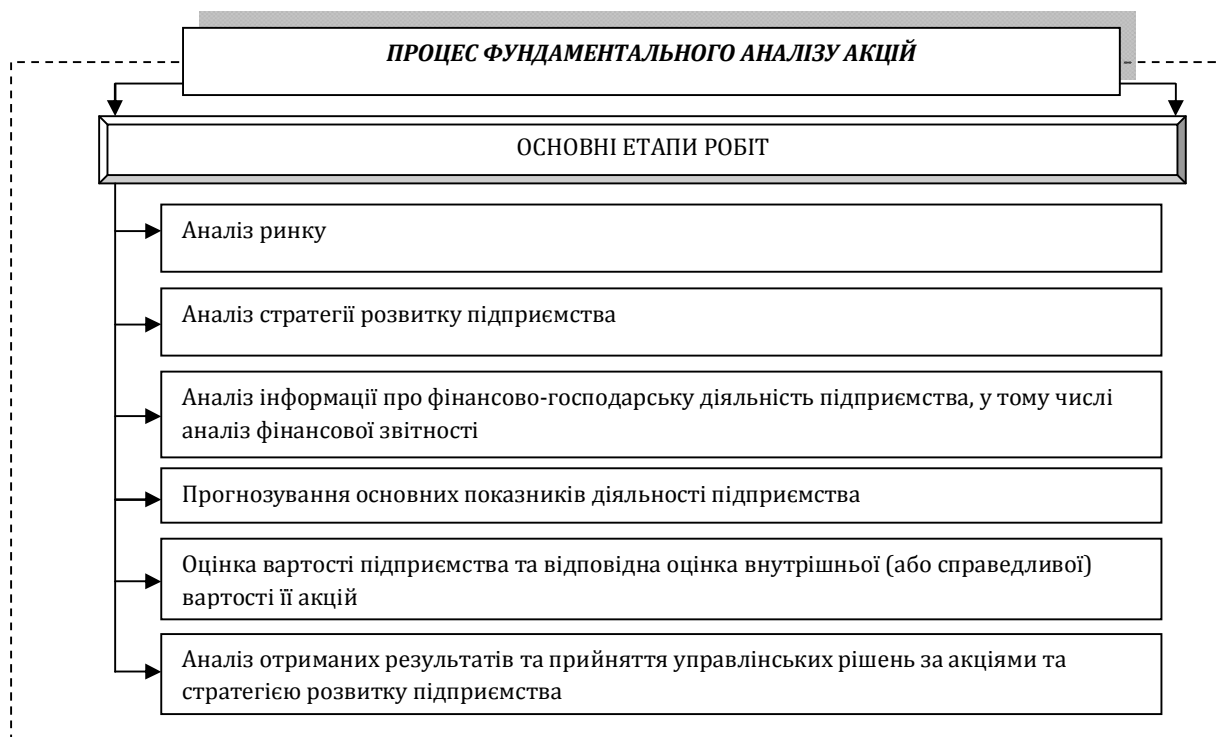


Рис. 1. Основні етапи робіт у процесі фундаментального аналізу акцій суб'єкта господарювання [2, с. 129-130]

Виконання першого етапу, яким, як видно з даних рис.1, є аналітична оцінка ринку, дозволяє розібратися із ринковою ситуацією, оцінити перспективи розвитку ринку, виявити рушійні сили приросту економічної вартості, визначити типову модель взаємодії в динаміці чинників приросту економічної вартості, вивчити вплив прогнозних обчислень на розвиток економіки та галузі на цю модель [2].

Реалізація другого та третього етапів фундаментального аналізу дозволяє вивчити різницю між системою чинників приросту економічної вартості підприємства та типової галузевої моделі чинників приросту вартості. Загалом перші три етапи фундаментального аналізу акцій спрямовані на формування інформаційної бази для наступного етапу.

На етапі прогнозування складаються взаємопов'язані прогнози рушійних чинників приросту економічної вартості на базі актуарної фінансової звітності та здійснюється попередня оцінка їх виконання. У разі, якщо прогноз актуарної фінансової звітності виявляється невиконаним (тобто, якщо підприємство не може забезпечити прогнозний обсяг капіталовкладень), то за таких обставин прогноз

рушійних чинників формування приросту доданої вартості повинен бути переглянутий [3].

Рішення щодо стратегії розвитку суб'єкта господарювання приймаються керівниками вищих ланок управління за результатами оцінки прогнозної динаміки вартості підприємства і порівняння доходів із витратами [2, с. 130].

Відповідно до чинного законодавства в Україні рівноправними учасниками ринку цінних паперів можуть бути як індивідуальні та корпоративні інвестори, так і інституціональні інвестори. Вони можуть виступати інвесторами, посередниками по біржових та небіржових операціях, випускати власні цінні папери та здійснювати операції з цими та іншими цінними паперами [7, с. 2].

У процесі оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів або під час здійснення будь-яких капіталовкладень постійно виникає проблема співвідношення грошових коштів, витрачених або отриманих у різні моменти часу. Проблема полягає не тільки в тому, що інвестори, володіючи вільними грошовими коштами, мають альтернативні можливості їх використання та отримання прибутку, але і різної

цінності грошових коштів у часі [7, с. 320].

За таких обставин побудована на базі прогнозних розрахунків актуарна фінансова звітність стає дієвим підґрунтям для об'єктивного фундаментального аналізу приросту економічної вартості суб'єкта господарювання в ході здійснення основної операційної діяльності за активного ринку капіталу.

Розрахунок вартості суб'єкта господарювання для акціонерів (або економічної вартості власного капіталу підприємства, V_{BK}) за даними актуарної фінансової звітності при застосуванні моделі залишкового прибутку, здійснюють за формулою:

$$V_{BK} = BK_0 + \sum_{t=1}^T \frac{ЗалП_t}{(1+k_E)^t} + \frac{CV_{ЗалП}}{(1+k_E)^T}, \quad (1)$$

де BK_0 – величина власного капіталу підприємства у звітному році; $ЗалП_t$ – залишковий прибуток підприємства (residual earning – RE) в рік t ; T – тривалість періоду прогнозування, років; $CV_{ЗалП}$ – продовжена вартість залишкового прибутку в постпрогнозованому періоді; k_E – необхідна норма дохідності власного капіталу [3].

Обсяг прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства в рік t , розраховується наступним чином:

$$ЗалП_t = СП_t - BK_{t-1} * k_E = (ROCE - k_E) * BK_{t-1}, \quad (2)$$

де $СК_t$ – сукупний прибуток підприємства в рік t ; BK_{t-1} – розмір власного капіталу підприємства в попередньому (базисному) році – році $(t - 1)$; $ROCE$ – рентабельність власного капіталу (як співвідношення

$$V_{BK} = ЧОА_0 + \sum_{t=1}^T \frac{ЗалОП_t}{(1+k_F)^t} + \frac{CV_{ЗалОП}}{(1+k_F)^T} - ЧФЗ_0 = BK_0 + \sum_{t=1}^T \frac{ЗалОП_t}{(1+k_F)^t} + \frac{CV_{ЗалОП}}{(1+k_F)^T}. \quad (5)$$

У західній економічній думці формула (5) отримала назву моделі залишкового операційного прибутку. З одного боку, модель дає змогу значно полегшити роботу по прогнозуванню та оцінці вартості господарюючого суб'єкта, оскільки аналітику безпосередньо під час її застосування не потрібно оцінювати чисті фінансові зобов'язання та прогнозувати чисті фінансові витрати [3].

З іншого боку, модель операційного прибутку, який залишається в розпорядженні суб'єкта господарювання, підкреслює важливість операційної діяльності, в ході якої створюється економічна вартість. Фінансова діяльність може обумовити суттєве зростання рентабельності власного капіталу за рахунок реалізації ефекту фінансового левериджу. Останній базується на прирості рентабельності власного капіталу за рахунок використання позикових джерел фінансування господарської діяльності підприємства. Проте відповідно до базової концепції фінансового менеджменту таке збільшення рентабельності власного капіталу не чинить впливу на вартість підприємства для акціонерів [2].

Застосування моделі залишкового операційного прибутку створює для аналітиків можливість проігнорувати фінансову діяльність, яка не створює

між обсягом сукупного прибутку та середньорічною вартістю власного капіталу) [3].

Методика обчислення приросту економічної вартості залежить від прийнятого припущення про динаміку прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства в постпрогнозованому періоді. Найбільш розповсюдженим є припущення про постійний приріст g , при якому формула Гордона для розрахунку приросту економічної вартості прибутку в постпрогнозованому періоді має наступний вигляд:

$$CV_{ЗалП} = \frac{ЗалП_T * (1-g)}{k_E - g}, \quad (3)$$

де $ЗалП_T$ – величина прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства в останній період прогнозування [2].

Відповідно до статичного балансового рівняння актуарного обліку економічна вартість власного капіталу підприємства дорівнює різниці між економічною вартістю чистих операційних активів ($V_{ЧОА}$) і економічною вартістю чистих фінансових зобов'язань ($V_{ЧФЗ}$):

$$V_{СК} = V_{ЧОА} - V_{ЧФЗ}, \quad (4)$$

Таким чином, якщо чисті фінансові зобов'язання відображаються в актуарному бухгалтерському балансі за справедливою вартістю, то економічна вартість чистих фінансових зобов'язань рівна їх балансовій вартості у звітному періоді ($V_{ЧФЗ} = ЧФЗ_0$). За таких обставин розрахунок вартості суб'єкта господарювання для акціонерів із урахуванням формули статистичного балансового рівняння актуарного обліку ($V_{BK} = ЧОА - ЧФЗ$) А. І. Шигаєв [2] подає наступним чином:

економічну вартість, та сконцентрувати увагу на економічній вартості – операційній діяльності підприємства [3].

За результатами проведеного дослідження процесу фундаментального аналізу приросту економічної вартості на основі актуарного базису здійснено теоретичне узагальнення і запропоновано нове вирішення завдання для вітчизняної практики аналізу, яке полягає в обґрунтуванні методичних засад моделювання результатів основної операційної діяльності, в основу якого покладено формулу Гордона, та статичне балансове рівняння актуарного обліку, що сприятиме удосконаленню перспективного аналізу та прийняттю на його основі дієвих управлінських рішень.

Науково-технічний процес, визнаний у всьому світі як один із найважливіших факторів економічного розвитку підприємства, часто пов'язують з інвестиційним. Проблема залучення інвестиційних вкладень, які за своїм змістом здатні створити необхідні передумови для економічного розвитку країни та окремих її регіонів, стає першочерговою за умов активного ринку капіталу в Україні. Проте вона виступає не останньою на шляху досягнення поставлених цілей ефективності господарювання загалом.

Саме тому на перший план виходить об'єктивне інформаційне джерело для здійснення фундаментального аналізу приросту економічної вартості бізнесу в ході основної діяльності – актуарна фінансова звітність. Побудована на базі прогнозних розрахунків, остання забезпечує оцінку релевантних витрат та прийняття обґрунтованих управлінських рішень протягом усього періоду ретроспективи із урахуванням надійності та точності прогнозу загалом.

Упровадження у вітчизняну практику оцінки прибутковості господарювання за моделлю залишкового операційного прибутку сприятиме

здійсненню акценту на основній операційній діяльності підприємства, без ретельної оцінки чистих фінансових зобов'язань та понесених протягом усього періоду ретроспективи фінансових витрат.

Тобто першоосновою в ході проведення фундаментального аналізу приросту доданої вартості бізнесу повинна стати основна діяльність суб'єкта господарювання, яка виступає фундаментом та рушійним чинником здійснення діяльності на ринку капіталу з метою отримання бажаних фінансових результатів від операційної діяльності.

Список літератури

1. Райан Б. Стратегический учет для руководителя [Текст] / Б. Райан ; пер. с англ. В. М. Микрюкова. – М. : ЮНИТИ, 1998. – 616 с.
2. Шигаев А. И. Актуарный учет и использование его данных для управления [Текст] / А. И. Шигаев ; под ред. д-ра экон. наук, проф. В. Б. Ивашкевича. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2011. – 224 с.
3. Шигаев А. И. Оценка акций и стоимости коммерческих организаций на основе новой модели финансовой отчетности [Текст] / А. И. Шигаев // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 33. – С. 47 – 56.
4. Шигаев А. И. Развитие модели финансовой отчетности в МСФО [Текст] / А. И. Шигаев // Международный бухгалтерский учет. – 2010. – № 16. – С. 47 – 58.
5. Мельник М. В., Когденко В. Г. Экономический анализ в аудите [Текст] / М. В. Мельник, В. Г. Когденко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 257 с.
6. Шарп У. Ф. Инвестиции [Текст] / У. Ф. Шарп, Г. Дж. Александр, Дж. В. Бэйли; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 249 с.
7. Колтынюк Б. А. Инвестиции [Текст] / Б. А. Колтынюк / [учебник]. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А. – 2003. – 848 с.
8. Ohlson J. A. On accounting-based valuation formulae / J. A. Ohlson // Review of Accounting Studies. 2005. Vol. 10. – P. 41 – 47.
9. Ohlson J. A. Juettner-Nauroth B. E. Expected EPS and EPS growth as determinants of value / J. A. Ohlson, B. E. Juettner-Nauroth // Review of Accounting Studies. 2005. Vol. 10. – P. 63 – 72.
10. Penman S.H. Financial Statement Analysis and Security Valuation / S.H. Penman. – 3rd ed. New York : McGraw-Hill / Irwin, 2007. – P. 58 – 65.

РЕЗЮМЕ

Маначинская Юлия

Моделирование прироста экономической стоимости предприятия на основе актуарного базиса

В статье раскрыт процесс фундаментального анализа прироста экономической стоимости бизнеса в ходе осуществления основной операционной деятельности предприятия на базе актуарной финансовой отчетности с применением зарубежного опыта. Предложена модель остаточной операционной прибыли, в основу которой положена формула Гордона и статическое балансовое уравнение актуарного бухгалтерского учета.

RESUME

Manachynska Yulia

A modeling of increase of economic cost of enterprise on the basis of actuarial base

In the article the process of fundamental analysis of increase of economic cost of business is exposed in the process of realization of basic operating activity of enterprise on the base of the actuarial financial reporting with application of foreign experience. There has been proposed model of remaining of operating profit on the basis of the formula of Gordon.

Стаття надійшла до редакції 24.02.2013 р.

ВИБІР ОПТИМАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено питанням формування інноваційної стратегії підприємства як методу конкурентної боротьби та досягнення позиції лідера на ринку. Опис класифікацій інноваційних стратегій дозволяє адаптувати їх до організації з різним рівнем доходу, за масштабом, потенціалом та цілями.

Ключові слова: стратегія, інновація, розвиток, управління.

Відставання у розвитку економіки в Україні порівняно із Заходом значне, тому використання та запровадження такого методу, як стратегічний менеджмент, з'явилося нещодавно. Стратегія розробляється кожним підприємством окремо під свої потреби, та надає перевагу в часі через вже визначені заходи дій на зміну у зовнішньому середовищі. Завдяки прагненню до лідерства пошук ефективних стратегій набуває все більшого значення. Одна з пріоритетних цілей напрямку руху підприємства – мінімізація витрат, яка може бути досягнута шляхом упровадження нових технологій чи механізмів.

Важливість інновацій у діяльності підприємств зумовлюється багатьма чинниками. Україна не є в числі перших країн за розвитком технологій, що знижує її конкурентоздатність у разі. Хоча наукових товариств та громад у країні вистачає, кошти на розробки та експериментування майже не виділяються. У США та Європі об'єднані в кластери наукоємні виробництва користуються становищем лідера і їх частка у валовому національному продукті неухильно зростає. Постійне вдосконалення продуктів та скорочення їх життєвого циклу у геометричній прогресії вимагає застосування новітніх технологій як першочергової необхідності.

Найчастіше поняття «інноваційний розвиток підприємства» («innovation for development» – з англійської мови «інновації для розвитку») не відрізняється від визначення поняття розвитку. Розходження в тлумаченнях у тому, що «інноваційний розвиток відбувається за рахунок інновацій» [5].

А.С. Гальчинський та В. М. Геєць зазначають, що «на практиці інноваційний розвиток не став однією з головних характеристик зростання національної економіки України, оскільки позитивні тенденції мають переважно тимчасовий характер» [2; 4]. С. М. Ілляшенко визначає інноваційний розвиток як «процес господарювання, що спирається на безупинний пошук і використання нових способів і сфер реалізації потенціалу підприємств у мінливих умовах зовнішнього середовища в межах обраної місії та прийнятної мотивації діяльності та пов'язаний із модифікацією існуючих і формуванням нових ринків збуту» [3].

Л. І. Федулова вважає, що інноваційний розвиток економіки як «зростання її показників, забезпечених за рахунок реалізації інноваційних проектів і впровадження нововведень» [5, с. 35].

Метою статті є визначення оптимальної інноваційної стратегії для економічного зростання підприємства.

Стратегія підприємства формується відповідно до визначених ним цілей та завдань, разом з інноваційним

розвитком. Стає зрозумілим, що розвиток господарської діяльності прямо пропорційно залежить від темпів використання інноваційного потенціалу підприємства. Можливості ведення інноваційної діяльності визначають стратегічне становище підприємства відносно інших.

Інноваційна стратегія – низка заходів підприємства, що ґрунтуються на впровадженні новизни (будь-то для компанії чи, можливо, ринку або навіть галузі). Інноваційні стратегії завдають деяких ускладнень у роботі організацій, а саме:

- підвищують рівень невизначеності очікуваних результатів, що формує механізм управління інноваційними ризиками;
- підвищують ризики інвестиційних проектів. Через довгостроковість інноваційних проектів ускладнюється пошук інвесторів;
- ускладнюють та спонукають до реструктуризації організаційної системи підприємства.

Інноваційну стратегію, як і будь-яку іншу, можна поділити на такі види: агресивна, захисна, проміжна, поглинаюча, імітаційна та розбійницька.

Агресивна інноваційна стратегія властива для великих компаній у галузі зі слабким лідером. Їй притаманний високий рівень ризику, хоча поряд з тим й ефективність. Агресивна стратегія орієнтована на переважно фундаментальні дослідження та застосування новітніх технологій. Цей вид стратегії потребує високої кваліфікації працівників підприємства при розробці нововведень та при його реалізації.

Захисна стратегія характеризується більш низьким рівнем ризику, але все одно досить вагомим показником технічних розробок та якістю продукції, яка досягається відносно невеликими витратами. Цю стратегію використовують організації, які мають міцний маркетинговий відділ, що ефективно просуває товар на ринок.

Проміжна стратегія базується на принципах використання сильних сторін підприємства та слабких сторін конкурентів через нововведення. Вона має на меті модифікації існуючих моделей.

Поглинаюча стратегія характеризується, крім розробки інновацій, ще й використанням вже розроблених раніше нововведень інших компаній, тобто поглинанням чужих ідей. Різноманітність інновацій настільки значна, що навіть корпорації, холдинги і інші організації, що мають потужні інноваційні відділи (служби НДДКР), не можуть розробляти нововведення по всіх напрямках.

Імітаційна стратегія базується на удосконаленні та використанні вже наявних інновацій, які були

розроблені іншими організаціями. Підприємства, які використовують цю стратегію, можуть обійти розробника інновацій через відсутність інноваційних ризиків. Перед упровадженням такі підприємства-імітатори аналізують вже запущену інновацію та модифікують під попит споживачів власні потреби.

Розбійницька стратегія використовується підприємствами з малою часткою ринку. Такі фірми виробляють вже наявний продукт, але із застосуванням інноваційного підходу. Суть цієї стратегії полягає в привабливанні споживачів завдяки поліпшенню якості продукту.

Крім цих видів, інноваційна стратегія підприємств може бути спрямована на створення абсолютно нового ринку для реалізації принципово нового продукту (технології), залучення фахівців конкуруючих організацій і злиття (іноді поглинання, придбання) з іншими організаціями, які володіють високим науково-технічним потенціалом і інноваційним духом.

Типи компаній і конкурентних стратегій поведінки за швейцарським експертом Х. Фрізевінкелем поділяються на чотири види:

«Леви» - це великі корпорації, що здійснюють масове серійне виробництво нової продукції, несуть великі витрати на здійснення НДДКР, запровадження маркетингової діяльності. Переважно це транснаціональні компанії, продукція яких є високотехнологічною, якісною та за низькими цінами, завдяки масовому виробництву.

«Лисиці» - це переважно малі та середні компанії, які займають малу нішу в великому сегменті ринку, де застосовують усі свої зусилля шляхом випуску модернізованої продукції. Така продукція не виступає масовою, через що більш цінна для споживача.

«Ластівки» - це невеликі компанії, які завойовують ринок радикально новим продуктом, через що несуть значні витрати на НДДКР.

«Миші» - це дрібні компанії, що пристосовуються до попиту місцевого ринку і просувають імітований продукт до широкої маси споживачів. Такі компанії цінні тим, що надають робочі місця, розробляють шляхи підвищення ефективності виробництва та задовольняють попит тих, хто не був задоволений від продукції перших трьох видів компаній.

Інноваційних стратегій підлягають різній класифікації. Зокрема Л. Г. Кудінов поділив їх на дві групи:

- стратегії проведення НДДКР;
 - стратегії впровадження і адаптації нововведень [9].
- Перша група стратегій пов'язана із безпосереднім здійсненням організацією досліджень та розробок.
- До цієї групи Л.Г. Кудінов зараховує:
- ліцензійну стратегію (підприємство засновує діяльність на отриманні ліцензій на результати досліджень та розробок науково-технічних або інших інноваційних організацій);
 - стратегію дослідного лідерства (спрямована на довготривале перебування підприємства на позиціях лідера в області НДДКР);
 - стратегію проходження життєвого циклу (означає, що НДДКР жорстко прив'язані до циклів життя продукції, яка випускається);
 - стратегію паралельної розробки (передбачає придбання технологічної ліцензії на готовий продукт або процес. При цьому переслідуються мета їх форсованого досвідченого освоєння і проведення з його урахуванням власних розробок);

- стратегію випереджальної наукоємності (використовується, якщо для підприємства характерне прагнення підвищити наукоємність продукції вище середнього рівня в галузі).

Стратегії впровадження і адаптації нововведень стосуються оновлення виробництва, виведення продуктів на ринки, використання технологічних переваг.

Стратегії впровадження та адаптації нововведень класифікуються за видами:

- стратегія підтримки продуктового ряду (полягає в прагненні підприємства покращувати споживчі властивості продукції, що випускається, якщо вона не підлягає швидкому моральному старінню);
- стратегія ретрорнововведень (застосовується до застарілих виробів, що досить користуються попитом і знаходяться в експлуатації);
- стратегія збереження технологічних позицій (використовується підприємствами, за умови неможливості вкладання коштів на оновлення низки продукції);
- стратегія продуктової імітації (зводиться до того, що підприємство запозичує сторонні технології. Подібне здійснюється як відносно продукції, так і процесів її виробництва. Ця стратегія ефективна тоді, коли підприємство сильно відстає від конкурентів за своїм науково-технічним потенціалом або входить у нову для нього сферу бізнесу);
- стратегія стадійного подолання (припускає перехід до вищих стадій технологічного розвитку, обминаючи нижчі);
- стратегія технологічного трансферту (або вертикального запозичення. Реалізується, коли мале підприємство входить до структури та отримує інновацію по вертикалі від більшого);
- стратегія технологічної пов'язаності (використовується, коли підприємство здійснює технологічно пов'язані інновації, тобто виготовляє технологічно пов'язану продукцію);
- стратегія проходження за ринком (у ситуації невизначеності пріоритетних напрямків руху стратегія спрямовує підприємство на випуск найбільш рентабельної продукції);
- стратегія вертикального запозичення (характерна для малих підприємств у складі великих структур, які змушені приймати і запозичувати технології у підприємств-лідерів цих структур);
- стратегія радикального випередження (виражає дії підприємства і його прагнення вийти першим на ринок з радикально новим продуктом (або виробляти його новим способом). Стратегія дуже витратна і має великий рівень ризику. Однак вона виправдовує себе у випадках застосування на молодих фірмах, що мають передові розробки по продуктах і процесах);
- стратегія вичікування лідера (приймається великими фірмами-лідерами в періоди виходу на ринок нових продуктів, попит на які ще не визначений. Спочатку на ринок виходить мала фірма, а потім у разі успіху ініціативу перехоплює лідер)[9].

Будь-які стратегічні рішення в області інноваційного менеджменту вимагають детального опрацювання з точки зору фінансування інновацій та управління ризиками, які виникають постійно.

Вибір інноваційної стратегії підприємства залежить від розміру організації, терміну її роботи на ринку,

цілей, фінансових ресурсів, науково-технічного потенціалу, згуртованості підрозділів підприємства, обміну інформацією між ними, кваліфікації працівників, їх здатності вчасно реагувати на потреби ринку. Залучення інноваційних розробок до господарської діяльності підсилює технологічне озброєння вітчизняних підприємств, пришвидшує просування наукомісткої продукції на ринок, стимулює економічне зростання, підвищує конкурентоспроможність підприємства.

Узагальнюючи вищевикладений матеріал, можемо зробити такі висновки. Розвиток виробничих відносин унаслідок науково-технічних зрушень призвів до відчутного посилення взаємозв'язку інноваційного та стратегічного процесів. На сучасному етапі інноваційний розвиток не розглядається як окремий елемент, він постає системною складовою стратегічного

процесу підприємства, заснованого на нововведеннях.

Щодо перспектив вибору впровадження інноваційних стратегій, то підприємство повинно реалізовувати одночасно кілька стратегій, оскільки використання лише однієї з перерахованих вище не допоможе домогтися успіху на ринку. Підприємство повинно поєднувати, доповнювати, змінювати ці стратегії відповідно до того становища, у якому воно знаходиться зараз або буде знаходитися в перспективі. Навіть дуже схожі у своєму розвитку і діяльності підприємства можуть застосовувати зовсім різні стратегії і отримувати від цього відмінний економічний результат. Крім їх суміщення може проводитися і певна послідовність у реалізації перерахованих вище стратегій. Зазвичай це має назву комбінованої стратегії. Саме такі стратегії є запорукою успіху практично будь-якого підприємства.

Список літератури

1. Вишнякова А. Б. *Разработка стратегии устойчивого развития промышленного предприятия: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / А. Б. Вишнякова. – Самара, 2008. – 207 с.*
2. Геєць В.М. *Інновативно-інноваційний шлях розвитку – модернізаційний проект розвитку української економіки і суспільства початку XXI століття / В. М. Геєць // Банківська справа. – 2003. – № 4. – С. 16–22.*
3. Загорулькін О. М. *Інноваційна стратегія як основа сталого інноваційного розвитку підприємства. // Схід.-2005. - №1(67).*
4. Ілляшенко С. М. *Управління інноваційним розвитком: монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с.*
5. *Інноваційна стратегія українських реформ / [А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко]. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.*
6. *Погорелов Ю. С. Оцінювання та моделювання розвитку підприємства : монографія / Ю. С. Погорелов. – Луганськ : Глобус, 2010. – 512 с.*
7. *Федулова Л.І. Інноваційний розвиток промисловості України : тенденції та закономірності / Л. І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 3 (69). – С. 82-97.*
8. *Aubert J-E. Innovation Policy for the Developing World / J-E. Aubert // Special Report of The World Bank. – The World Bank, 2010. – P. 7-15.*
9. *Lederman D. Innovation and Development around the World, 1960-2000 / D. Lederman, L. Saenz // World Bank Policy Research Working Paper 3774. – The World Bank, 2005. – 35 p.*
10. *Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития / [Анъшин В. М., Колоколов В. А., Дагаев А. А., Кудинов Л. Г.] – Дело, 2007 -3-е изд., перераб.и доп.*

РЕЗЮМЕ

Маркина Яна

Выбор оптимальной инновационной стратегии для предприятия в отрасли

Статья посвящена вопросам формирования инновационной стратегии предприятия как метода конкурентной борьбы и завоевания лидирующего положения на рынке. Описание классификаций инновационных стратегий позволяет адаптировать их к организациям с различным уровнем дохода по масштабу, потенциалу и целями.

RESUME

Markina Yanina

Optimal strategies for innovative companies in the branch

The article is devoted to the formation of innovative enterprise strategy as a method of competition and gain a leading position in the market. Description of classifications of innovative strategies helps to adapt them to organizations with different levels of income scale, potential and goals.

Стаття надійшла до редакції 28.02.2013 р.

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТНК

У статті досліджено передумови формування та розвитку вітчизняних ТНК та проблеми забезпечення їх конкурентоспроможності в сучасних умовах у зв'язку з поглибленням взаємодії корпоративних структур різних країн на різних рівнях і в різних формах. Актуалізується значення підвищення якості продукції, що виробляється вітчизняними товаровиробниками, структуризації вітчизняного капіталу в потужні фінансово-промислові утворення, розвитку інновацій, підтримки і захисту національного товаровиробника за допомогою державного регулювання як основи для забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних ТНК на міжнародних ринках.

Ключові слова: транснаціональні корпорації, конкурентоспроможність, глобальні ринки, міжнародний ринок, транснаціоналізація, інноваційний розвиток, глобалізаційні процеси.

Транснаціональні корпорації як основні суб'єкти глобальної економіки сприяють зміцненню на світовому ринку позицій держав, що входять у різні інтеграційні утворення. Держави, що не мають потужних транснаціональних корпорацій, змушені бути об'єктами, а не суб'єктами світових економічних стосунків. Збереження і підвищення конкурентоспроможності і ефективності діяльності вітчизняних підприємств у ситуації впливу глобалізаційних процесів на економіку, особливо після вступу України до ВТО, можливі лише при створенні в країні власних транснаціональних структур [3, с. 64-66; 10, с. 190-192].

ТНК – досить складний і такий, що постійно розвивається, феномен у системі світогосподарських зв'язків, який вимагає уваги, вивчення і міжнародного контролю. Діяльність ТНК промислово розвинених країн, а також "нових індустріальних країн" є основою функціонування економічної системи, а також сприяє розвитку міжнародних відносин, які забезпечують стабільність зовнішньоекономічних зв'язків.

Створення українських транснаціональних структур, а також зміцнення і збереження конкурентоспроможності і ефективності діяльності національних підприємств-виробників товарів і послуг, у сучасних умовах впливу глобалізаційних процесів на економіку України [7, с. 212-214], потребують дослідження проблеми конкурентоспроможності вітчизняних ТНК, що і визначило проблематику, тему та мету нашої статті.

Вивченню проблем діяльності ТНК присвячені роботи З. Адаманової, О. Белоруса, С. Зорина, Т. Кальченко, І. Костикова, Н. Кондратьєва, Д. Лукьяненко, Є. Панченко, Ю. Пахомова, Л. Руденко та ін. Різним аспектам впливу процесу глобалізації на формування та розвиток транснаціональних корпорацій присвячені роботи зарубіжних, зокрема У. Бека, В.І. Боргіва, М. Кастельса, Дж. Майєра, Дж. Сороса, Р. Робертсона, С. Хантінгтона, І. А. Уткіна, і вітчизняних учених І. О. Бочан, А. С. Гальчинського, В. М. Геєця та інших, проте і нині ці питання є актуальними, особливо в контексті потреби пошуку стратегічних напрямів розвитку вітчизняних підприємств і підвищення їх конкурентоспроможності.

Метою статті є дослідження передумов формування та розвитку вітчизняних ТНК та проблем забезпечення

їх конкурентоспроможності в сучасних умовах у зв'язку з поглибленням взаємодії корпоративних структур різних країн на різних рівнях і в різних формах.

Як зазначає М. Портер: «... на міжнародному ринку конкурують фірми, а не країни», і на сьогодні конкурентні можливості фірми не обмежені кордонами країн їх базування [9, с. 51]. Діяльність сучасних фірм характеризується значною і різноманітною галузевою і багатогалузевою структурою виробництва, диверсифікація якого привела до охоплення 30-50 галузей у найбільших компаніях і контролю більше половини світового промислового виробництва, 2/3 міжнародної торгівлі і 4/5 усіх ліцензій і інших прав власності на ноу-хау, нові технології і техніку [10]. Все це – результат діяльності транснаціональних корпорацій.

Термін «транснаціональна корпорація» уперше був використаний Організацією Об'єднаних Націй для позначення спочатку (відповідно до жорсткіших критеріїв) великої фірми з річним оборотом більше 100 млн. дол. і філіями не менше ніж у шести країнах, потім (з менш жорсткими критеріями) для позначення фірми, що має відділення у двох і більше країнах, які функціонують під централізованим керівництвом, що проводить погоджену економічну політику [11].

У сучасній економічній літературі прийнято поділяти усі ТНК на два типи [7; 11]:

- національна фірма як юридична особа, яка має відособлені підрозділи в зарубіжних країнах і реалізує значну частину продукції за кордоном;
- багатонаціональна фірма як об'єднання юридичних осіб різних держав, що здійснюють спільну комерційну діяльність.

Основним критерієм оцінки рівня транснаціоналізації компанії є індекс інтернаціоналізації. Ключовими параметрами при визначенні цього показника є [11]:

- відношення зарубіжних активів до загального об'єму активів;
- відношення зарубіжних продажів до загального об'єму продажів;
- відношення чисельності працівників за кордоном до загального числа зайнятих у корпорації.

Основними центрами розміщення закордонної діяльності сучасних ТНК залишаються розвинуті країни, проте існує чітка тенденція до її переміщення в країни,

що розвиваються [7]. Також змінюється характер інноваційної діяльності, яку здійснюють ТНК у країнах, що розвиваються. Якщо раніше ТНК співпрацювали з компаніями з цих країн, перш за все, для вивчення місцевого ринку та адаптації продукції до місцевого попиту, то зараз вони стали ключовими елементами в інноваційній діяльності багатьох ТНК. Особливо ця тенденція стосується Китайської народної республіки, де відбувається бум прямих іноземних інвестицій, а також Індії [4].

Отримання конкурентних переваг ТНК над національними підприємствами сталося не лише у вигляді мінімізації витрат за рахунок упровадження новітніх технологій, використання висококваліфікованих кадрів, зниження податкових зобов'язань, економії на адміністративних витратах, але і за рахунок обходу протекціоністських бар'єрів за допомогою трансфертних цін.

Що стосується галузевої спрямованості ТНК, то, за даними американського журналу «Fortune», головну роль серед 500 найбільших ТНК світу грають чотири комплекси: електроніка, нафтова і нафтопереробна, хімічна і автомобільна промисловості. Їх загальний об'єм продажів складає біля 80 % загальної активності

ТНК. Проте спостерігається деяке скорочення частки нафтового сектору і збільшення частки сфери послуг, істотну роль стали відігравати банківський і страховий сектори, що і зумовило збільшення ролі страхового сектору у світовій економіці і формування страхових транснаціональних компаній. [4].

Головною метою ТНК є присутність на ринку за всяку ціну. Основним чинником, за допомогою якого ТНК досягають світового панування – експорт капіталу і його ефективне розміщення, тобто прямі іноземні інвестиції (ПІІ), завдяки яким вони стають основними регуляторами виробництва і розподілу продукції і сприяють економічній інтеграції у світі.

М. Портер стверджує, що конкурентна перевага може бути досягнута з огляду на те, як фірма організовує окремі види діяльності [9, с. 59].

С. Ф. Зорін виділяє наступні основні ознаки конкурентних переваг, що є основою ефективності діяльності ТНК (рис. 1) [на основі 5]:

М. Портер пише: «Фірми домагаються конкурентної переваги, знаходячи нові способи конкуренції у своїй галузі і виходячи з ними на ринок, які називаються нововведеннями (інноваціями)» [9, с. 63].

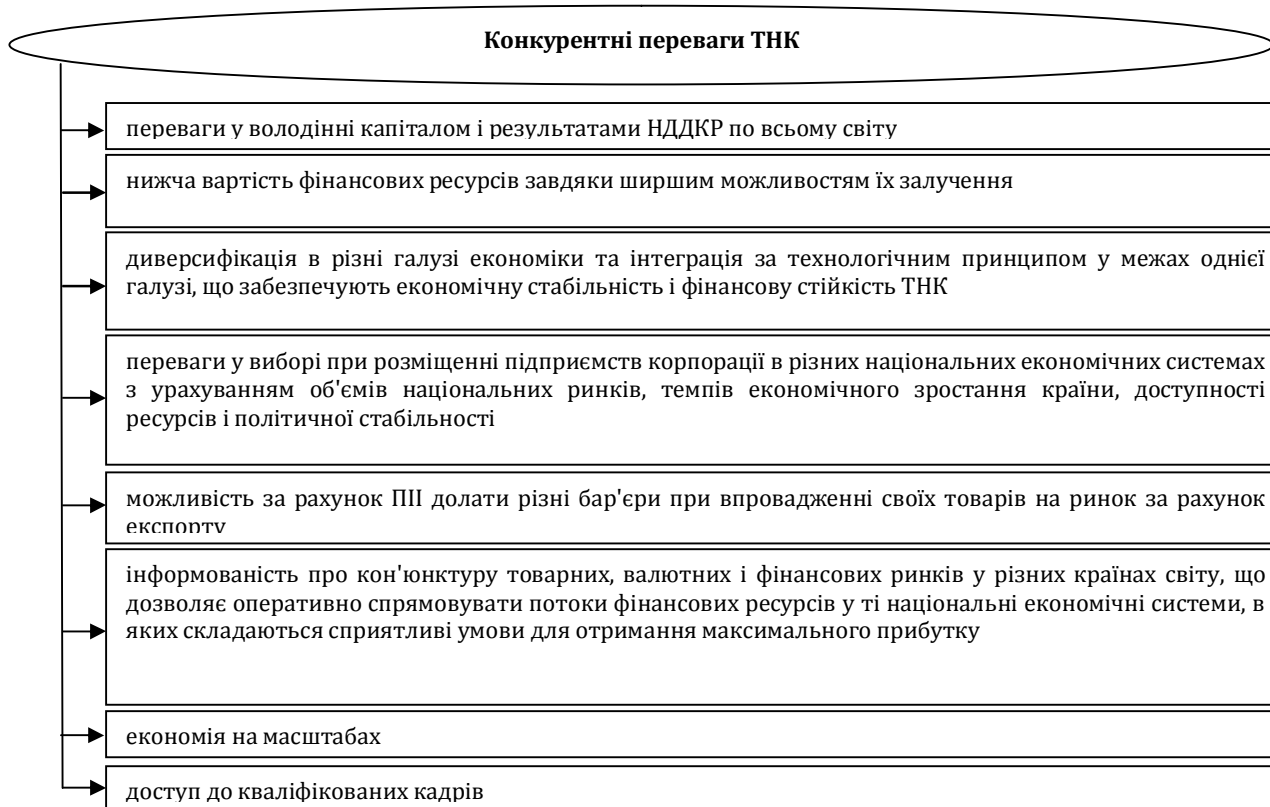


Рис. 1. Ознаки конкурентних переваг, що є основою ефективності діяльності ТНК

Інновації у найбільш розвинених країнах є визначальним чинником економічного розвитку, а їх результат набуває ключового значення в отриманні конкурентних переваг як у держав, так і виробників [1, с. 3]. Проте в сучасних умовах, як доводить З. Адаманова: «...інноваційна діяльність виходить за рамки національних меж, що обумовлює інтернаціоналізацію науки і розширення науково-виробничої кооперації» [1, с. 3]. Це стимулює створення міжнародних інноваційних мереж шляхом відтоку і припливу ПІІ в НДДКР.

Україна в умовах прогресуючої глобалізації світової економіки виступає переважно як країна, що приймає транснаціональні корпорації і випробовує на собі усі переваги і недоліки їх діяльності.

Роль ТНК в розвитку України не може оцінюватися однозначно позитивно. Їх інтереси часто суперечать національним інтересам держави, не кажучи вже про інтереси малого і середнього бізнесу. ТНК часто критикуються країнами, що розвиваються, за експлуатацію дешевої робочої сили. Водночас вони

засуджуються західними профспілками за те, що, переносячи виробництво до менш розвинених регіонів планети, позбавляють робочих місць громадян промислово розвинених країн. Дійсно, ТНК нерідко нав'язують державам, що розвиваються, галузеву структуру виробництва, що не відповідає інтересам цих держав, експлуатують їх природні ресурси, забруднюють довкілля, а також перекачують у країни базування значну частину прибутку, отриманого в країні перебування.

В Україні закордонні ТНК умовно поділилися стосовно місцевого бізнесу на дві великі групи: компанії, що не мають реальних конкурентів серед місцевої промисловості (приміром, виробник засобів гігієни Procter&Gamble або тютюнові компанії), і корпорації, чиї інтереси безпосередньо торкаються багатьох українських підприємств (приміром, такі виробники пивобезалкогольної продукції, як «Кока-кола» і Sun Interbrew). Для України ТНК вважають за доцільне здійснювати інвестиції у видобувну промисловість, але головним чином нарощують товарний експорт [3]. Отже, розгортається конкурентна боротьба між транснаціональними корпораціями за просуванням своїх товарів на цей ринок.

Однією з проблем діяльності іноземних ТНК в Україні для вітчизняних виробників є неможливість витримувати конкуренцію, порівняно з великими міжнародними корпораціями.

Противагою закордонних ТНК в Україні мали б стати вітчизняні ТНК, досвід формування яких історично передусім пов'язаний з діяльністю вітчизняних компаній у межах об'єднань компаній на пострадянському просторі. Так основним аргументом до створення транснаціональних корпорацій країн СНД стала необхідність конкурувати на рівних з транснаціональними корпораціями розвинених країн, що можливо лише шляхом об'єднання зусиль суб'єктів господарювання країн СНД і використання потенціалу інтеграції, що історично склався в результаті розподілу праці, спеціалізації і кооперації промислового виробництва у межах цих держав. Проте узгоджені дії для вдосконалення законодавства, яке забезпечує економічну інтеграцію у межах СНД, не відбулись. 15 квітня 1994 року Міждержавний економічний комітет країн СНД розробив і запропонував «Конвенцію про транснаціональні корпорації», яку 6 березня 1998 р. підписали глави урядів семи держав СНД, у тому числі - України. За результатами здійснення внутрішньодержавних процедур Конвенція про транснаціональні корпорації набула чинності лише для п'яти держав: Білорусі, Таджикистану, України, Вірменії, Киргизстану [6].

Вказана Конвенція є єдиним нормативним документом, що регулює діяльність транснаціональних корпорацій на території України і інших країн СНД, що ратифікували Конвенцію. У цьому документі закріплені загальні стани, що стосуються створення і діяльності транснаціональних корпорацій у країнах-учасницях Конвенції: визначено поняття «Транснаціональна корпорація», встановлено загальні основи співпраці країн-учасниць із формування і функціонування транснаціональних корпорацій. Проте для реального створення і діяльності транснаціональних корпорацій необхідно вирішити організаційно-правові питання, пов'язані з механізмами їх функціонування:

виявити проблеми створення і діяльності транснаціональних корпорацій у внутрішньому

законодавстві країни, що регулює приватні питання їх функціонування;

синхронізувати державне регулювання податкового, митного, інвестиційного, трудового законодавства, а також законодавства про бухгалтерський облік у частині консолідації звітності груп підприємств.

Основною проблемою, що стримує розвиток транснаціональних корпорацій у країнах СНД, є наявність розбіжностей у національних законодавствах. Ситуація ускладнюється також тим, що після початку реальної інтеграції у межах нового інтеграційного об'єднання, що найдинамічніше розвивається на пострадянському просторі, блоку ЄврАзЕС, Росія як ключова у Співдружності держава вийшла з низки непрацюючих угод усередині СНД, що створюють нормативно-правову основу спільної діяльності, зокрема з Конвенції про транснаціональні корпорації. У області створення транснаціональних корпорацій країн СНД, у яких бере участь Україна, досі переважають окремі ініціативи: «Російський авіаційний консорціум», «Міжнародні авіадвигуни», в які входять підприємства оборонного комплексу; «Нижегородські автомобілі» (виробництво вантажних і легкових автомобілів, дизельних і бензинових двигунів, рефрижераторних причепів, гусеничних транспортерів, гумотехнічних виробів і виробів із скла, товарів народного споживання); «Точність» з розробки і виробництва виробів спецтехніки, цивільної техніки; «Слов'янський папір» із переробки сировини для продукції целюлозно-паперового виробництва і виробництва хімічних волокон [2].

Як пише М. Портер: «... розробляючи конкурентну стратегію, фірми прагнуть знайти і утілити спосіб вигідно і довготривало конкурувати у своїй галузі» [9, с. 52]. Вибір конкурентної стратегії визначається двома основними чинниками: перший - структурою галузі, де працює фірма, другий - позицією фірми в межах галузі. Отже, конкурентна стратегія вітчизняних ТНК повинна, передусім, ґрунтуватися на усебічному вивченні структурного стану галузі і постійного моніторингу процесів, що змінюються, відбуваються в ній.

Реальним шляхом створення ТНК в Україні є формування потужних, підтримуваних державою, національних корпоративних утворень, здатних проводити активну зовнішньоекономічну діяльність. Будь-яка потужна національна компанія, що активно інтегрується у світове господарство і має відособлені підрозділи за кордоном, стає транснаціональною. Для цього Україною у формуванні національних корпорацій, що здійснюють активну зовнішньоекономічну діяльність, вже зроблено певні кроки: сформувалися потужні національні вертикально-інтегровані фінансово-промислові групи, близькі до транснаціоналізації свого бізнесу: «Систем Капітал Менеджмент», «Приват», «Індустріальний союз Донбасу», «Інтерпайп» і інші. Для перетворення їх на повноцінні транснаціональні корпорації потрібне створення та розвиток ними зарубіжних підрозділів для просування власної продукції і залучення з цією метою іноземних партнерів.

Конкурентоспроможність вітчизняних ТНК можна характеризувати як реальну та потенційну здатність розробляти, виробляти, збувати та просувати в умовах конкуренції на міжнародному ринку продукцію, яка б за ціновими і неціновими характеристиками в комплексі була б більш привабливою для покупців зарубіжних країн, ніж продукція основних конкурентів ТНК.

Основною проблемою, яка перешкоджає формуванню та виходу українських ТНК на зарубіжний ринок, є низька конкурентоспроможність їхньої продукції [11]. Конкурентоспроможність товарів та послуг вітчизняних ТНК виступає центральним фактором формування міжнародної конкурентоспроможності ТНК загалом і істотною мірою формується на стадії виробництва, оскільки найважливішими визначальними її факторами є висока якість продукції та передовий технічний рівень її виробництва, а також ціна.

Таким чином, першочерговим завданням для українських виробників, що виходять на зарубіжний ринок, стає підвищення якості товару до необхідного рівня. Тільки за цієї умови, що українські товари будуть, як мінімум, відповідати за своєю якістю рівню зарубіжних конкурентів, існує можливість появи і збільшення попиту на них на зовнішніх ринках, при цьому підвищення якості товару не повинно супроводжуватися зростанням його ціни. І лише за таких умов можлива концентрація капіталу навколо виробництва та збуту конкурентоспроможної вітчизняної продукції, і, отже, створення та розвиток вітчизняних ТНК.

Проблемою, яка обмежує активне проникнення українських компаній на міжнародні ринки і перешкоджає підвищенню їх конкурентоспроможності, є відсутність достатньо розвинутої системи збуту товарів за кордоном (дилерських мереж, власних роздрібних мереж, зарубіжних представників, філій, відділень). У комунікаційній політиці проблемою, що обмежує потенціал конкурентоспроможності українських ТНК, виступає незначне використання різних засобів просування для встановлення, підтримки і розвитку зв'язку з клієнтами.

Виходячи з суті транснаціональних корпорацій і їх ділення на два типи (національні компанії, які мають відособлені підрозділи і які реалізують значну

частину своєї продукції за кордоном; багатонаціональні корпоративні структури як об'єднання юридичних осіб різних держав, що здійснюють спільну комерційну діяльність), реальними для України є створення власних національних корпоративних структур, які мають закордонні відособлені підрозділи і здійснюють активну зовнішньоекономічну діяльність.

Для формування конкурентних переваг національних ТНК в глобальних масштабах потрібна розробка довгострокової стратегії переорієнтації економіки вітчизняних підприємств на ті види діяльності, які приносять найбільший прибуток і знання [10]. Індикатором успішної інтеграції національних підприємств у глобальний економічний простір повинна стати послідовна і цілеспрямована державна політика, спрямована на успішне впровадження нововведень і стимулювання їх розвитку через розвиток вітчизняних ТНК.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Розробка стратегії створення українських транснаціональних структур може базуватися на використанні зарубіжного досвіду, який показує, що національний капітал може чинити опір ТНК і гідно конкурувати тільки у разі його структуризації в сильні промислові, фінансово-промислові і інші утворення - з одного боку, а з іншого - потрібна підтримка і захист національного товаровиробника за допомогою державного регулювання (пільгового оподаткування, сприяння впровадженню новітніх техніки і технологій, регулювання імпорту товарів робіт і послуг за допомогою митних, тарифних, екологічних і інших обмежень, контроль якості продукції вітчизняних і зарубіжних виробників та ін.). Необхідно забезпечити проведення стратегічного інвестування, орієнтованого на науково-технічний потенціал, розвиток інфраструктури НДДКР, розробка законодавчої бази щодо захисту авторських прав.

Список літератури

1. Адаманова З. О. *Инновационные стратегии экономического развития в условиях глобализации: монография* / З. О. Адаманова. – Симферополь КРЫМУЧПЕДГИХ, 2005. – 504 с.
2. Винокуров Е. *Евразийская континентальная интеграция* / Е. Винокуров, А. Либман. – СПб: ЕАБР, 2012. – 255 с.
3. Данько М. *Реорганізація підприємств у контексті формування корпоративних структур* / М. Данько // *Економіка України*. – 2007. – № 1. – С. 64-70.
4. Журнал *Fortune* назвав 50 самых успешных компаний в мире. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dengi.ua/news/46166.html>.
5. Зорин С. Ф. *Современные транснациональные корпорации и их роль в мировой экономике* / С. Ф. Зорин. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socrates.ru/pdf/>.
6. «Конвенция о транснациональных корпорациях» / ратифікована Законом України від 13.07.1999 № 921-XIV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997_193
7. Крейдич Т. В. *Тенденции транснационализации мировой экономики в условиях глобализации* / Т. В. Крейдич // *Вестник МГТУ*. – 2010. – том 13. – №1. – С. 209-214.
8. *Отчет о мировых инвестициях за 2012 (World Investment Report 2012)*. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unctad.org/fdistatistics.
9. Портер М. *Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина.* / М. Портер. – М.: *Международ. отношения*, 1993. – 896 с.
10. Швиданенко О. А. *Сучасні корпоративні стратегії ТНК* / О. А. Швиданенко // *Формування ринкової економіки: зб. наук. пр.* – К.: КНЕУ, 2006. – Вип. 15. – С. 177-192.
11. Швиданенко О. А. *Глобальна конкурентоспроможність : теоретичні та прикладні аспекти : моногр.* / О. А. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2007. – 312 с.

РЕЗЮМЕ

Виталий Охота

Проблемы конкурентоспособности отечественных ТНК

В статье исследованы предпосылки формирования и развития отечественных ТНК и проблемы обеспечения их конкурентоспособности в современных условиях в связи с углублением взаимодействия корпоративных структур разных стран на различных уровнях и в различных формах. Актуализируется значение повышения качества производимой отечественными товаропроизводителями продукции, структуризации отечественного капитала в мощные финансово-промышленные образования, развития инноваций, поддержки и защиты национального товаропроизводителя с помощью государственного регулирования как основы для обеспечения конкурентоспособности отечественных ТНК на международных рынках.

RESUME

Okhota Vitaliy

Problems of competitiveness of domestic TNCs

The article studies the preconditions of formation and development of domestic multinationals and problems of their competitiveness in the current conditions in connection with the deepening of cooperation corporate structures in different countries at different levels and in different forms. There has been actualized the value of improving the quality of products produced by domestic producers, structuring of domestic capital into powerful financial-industrial establishment, development of innovation, support and protection of domestic producers by government regulation as the basis for competitiveness of domestic MNCs in international markets.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ, СПРЯМОВАНИХ НА ВИКОНАННЯ ЗАХОДІВ З ОХОРОНИ ПРАЦІ НА ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Розглянуто сучасний стан охорони праці на підприємствах вугільної промисловості та проведено аналіз ефективності використання коштів, спрямованих на виконання заходів у цій галузі.

Ключові слова: охорона праці, комплексний аналіз, показник ефективності, показник якості, показник затрат.

У суспільстві із соціально-орієнтованою економікою охорона праці є одним з найважливіших завдань соціально-економічної політики як держави, так і кожного суб'єкта господарювання. Як система правових, соціально-економічних, організаційно-технічних, санітарно-гігієнічних та лікувально-профілактичних заходів і засобів, спрямованих на збереження здоров'я та працездатності людини в процесі праці, охорона праці – складна комплексна проблема. Сучасний катастрофічний стан у галузі охорони праці на підприємствах вугільної промисловості України та її недофінансування висуває зазначене питання на перший план.

Зауважимо, що вивченням із різних аспектів зазначеної проблематики займалися і займаються такі вчені: В. Ц. Жидецький, Л. П. Керб, Я. О. Серіков та інші [3; 5; 10]. Проте саме дослідження та здійснення аналізу показників охорони праці на вугледобувних підприємствах розкрито мало, тому потребує поглибленого подальшого опрацювання.

Мета статті – дати оцінку ефективності використання коштів державного бюджету, спрямованих на виконання заходів, здійснити аналіз та визначити причини, які перешкоджають їх ефективному використанню та покращенню стану охорони праці на вугледобувних підприємствах.

Згідно із даними Науково-дослідного інституту соціально-трудова відносин, в Україні наразі майже 27% облікової кількості працівників працюють в умовах, які не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, а щорічно одержують профзахворювання до 7 тисяч працівників, гинуть на робочих місцях – понад 2 тисячі зайнятих, близько 17 тисяч осіб стають інвалідами внаслідок травм. Така ситуація є не тільки кричущою в плані соціальної відповідальності держави та бізнесу перед населенням України, а й економічною катастрофою: щорічно втрати робочого часу у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності внаслідок виробничого травматизму доходять до 1 мільйону людино-днів; державний бюджет витрачає до 1 млрд грн. на ліквідацію аварій на виробництві, пітома вага витрат державних соціальних страхових фондів на фінансування пільгових професійних пенсій із трудового каліцтва, відшкодування потерпілим на виробництві та пов'язаних із ним витрат складає до 15% від фонду оплати праці в промисловості, а в окремих її галузях та регіонах – до 30% [6].

У вугільній галузі України склалися найгірші умови праці серед галузей промисловості. Майже кожен другий працює в несприятливих, травмонезбезпечних умовах. На

сьогодні вугільна галузь викликає велику стурбованість у зв'язку із станом виробничого травматизму. У 2003-2010 рр. відбулися 153 аварії з груповим травматизмом, унаслідок яких травмовано 1336 чоловік, зокрема 528 – смертельно. Близько 30% аварій відбувається на підземному транспорті і шахтному підйомі; 8% загальної аварійності пов'язано з вибухами газу і пилу, спалахами метану, підземними пожежами, вибухо- і пожежонебезпекою електрообладнання; 6,5% – складають газодинамічні явища; 6% – обвали і обвалення порід у гірничих виробках [8, с. 25-28].

У процесі дослідження проаналізовано нормативно-правові акти, використано дані статистичної, фінансової та оперативної звітності, господарського обліку, які характеризують досягнення передбачених цілей, з метою оцінки ефективності вкладання коштів в охорону праці.

Для аналізу показників травматизму наведемо дані по підприємствах (табл. 1).

Як видно з поданої таблиці, спостерігається зменшення кількості виробничого травматизму на виробництві у 2011 році з 164 випадків у 2010 році до 114 випадків у 2011 році.

Найбільше зростання кількості випадків виробничого травматизму простежується лише на ВП «Шахта «Степова», з 16 випадків у 2009 році до 19 – у 2010 році, що свідчить про незадовільний стан справ у сфері промислової безпеки та охорони праці на цій шахті.

Аналіз аварій та нещасних випадків, що відбулися на досліджуваних підприємствах, показав, що причинами останніх є: недостатній рівень навчання і професіоналізму; невиконання вимог правил безпеки і посадових інструкцій; неузгодженість у діях і вчинках між виконавцями при здійсненні робіт, суміщених у часі і просторі; скорочення об'ємів дегазації вугільних пластів; експлуатація зношеного гірничошахтного устаткування; невчасна реконструкція вентиляційних шахтних систем; низький рівень трудової та технологічної дисципліни [1, с. 64-65].

Вугільна промисловість – найбільш небезпечно для здоров'я працівників виробництво. Ризик профзахворювань у шахтарів у 5-10 разів вищий, ніж у робітників інших галузей [4]. Незважаючи на те, що абсолютна кількість випадків профзахворювань у 2011 р. зменшилася на 15,3% порівняно з 2010 р., інтенсивність професійних ризиків у розрахунку на 1 млн. т видобутку за останні два роки значно збільшилася. Динаміку профзахворювань на шахтах ДП «Львіввугілля» наведено в табл. 2.

Таблиця 1. Аналіз виробничого травматизму на шахтах ДП «Львіввугілля» за період 2009-2011 роки та I квартал 2012 року

№п/п	Назва підприємства	Кількість випадків виробничого травматизму			
		2009 р.	2010 р.	2011 р.	I кв.2012 р.
	Всього по ДП	160	164	114	56
1	«Великомостівська»	24	22	16	7
2	«Межиричанська»	13	15	6	11
3	«Відродження»	26	25	13	8
4	«Лісова»	29	32	22	10
5	«Зарічна»	23	22	17	5
6	«Візейська»	6	4	0	0
7	«Степова»	16	19	26	7
8	«Червоноградська»	20	20	12	7
	Усього по шахтах	157	159	112	55

Таблиця 2. Аналіз профзахворювань на шахтах ДП «Львіввугілля» за період 2009-2011 років та I квартал 2012 року

№п/п	Назва підприємства	Кількість випадків профзахворювань			
		2009 р.	2010 р.	2011 р.	I кв. 2012 р.
	Всього по ДП	406	344	343	120
1	«Великомостівська»	36	36	35	16
2	«Межиричанська»	36	36	49	12
3	«Відродження»	65	52	50	18
4	«Лісова»	53	45	55	19
5	«Зарічна»	41	41	40	13
6	«Візейська»	59	31	19	0
7	«Степова»	46	46	44	21
8	«Червоноградська»	53	44	45	16
	Усього по шахтах	389	331	336	115

Як бачимо, найбільше зростання рівня профзахворювань у 2011 році виявлено на ВП «Шахта» Лісова», що на 2 випадки більше порівняно з 2009 роком та на 10 випадків більше за 2010 рік.

Як видно з вищенаведених таблиць, суттєвий вплив на зменшення виробничого травматизму та професійних захворювань здійснює виконання необхідних заходів з охорони праці.

Орієнтиром при виборі напрямків ефективного вкладення коштів в охорону праці є обсяг фінансування охорони праці на підприємстві та методи ефективного розподілу загальної суми коштів на окремі заходи [2, с. 194].

Аналіз фінансового забезпечення проведено відповідно до Програми підвищення безпеки праці на вугледобувних підприємствах [6]. Аналіз ефективності використання коштів, спрямованих на виконання заходів з охорони праці, здійснено за наступними показниками: показники затрат; показники продукту; показники ефективності та показники якості.

Протягом 2009-2011 років спостерігається недофінансування підприємств вугледобування, що приводить до ускладнення виконання належних функцій, покладених на відділ охорони праці та надзвичайних ситуацій (табл. 3).

Таблиця 3. Загальний стан забезпечення потреби, затвердження, надходження та використання бюджетних коштів, млн. грн.

Назва показників	2009 рік	2010 рік	2011 рік
Потреба у бюджетних коштах	1,797	7,219	10,7
Затверджено з урахуванням змін	0,195	*	5,441
% затвердження бюджетних призначень від потреби	10,9	*	50,9
Профінансовано	0,195	*	5,441
% суми фінансування від затверджених призначень	100	*	100
Касові видатки	0,194	*	5,439
% касових видатків від суми фінансування	99,5	*	99,96

* – на 2010 рік бюджетна програма не затверджувалася і відповідно бюджетне фінансування не виділялось.

Як видно з цієї таблиці, на забезпечення заходів по охороні праці та підвищення техніки безпеки на вугледобувних підприємствах потреба у бюджетних коштах відповідно до бюджетних запитів на 2009-2011 роки становила 19,7 млн грн. Фактично ДП «Львіввугілля» затверджено бюджетних асигнувань із

загального фонду державного бюджету в сумі 5,6 млн. грн., що на 28,4% менше за затвержене та виділене фінансування з державного бюджету, з яких на 2009 рік затверджено бюджетних асигнувань – 0,195 млн. грн. (або 10,9% від потреби), на 2011 рік – 5,441 млн. грн. (або 99,96% від потреби).

Однією з головних умов праці шахтарів є забезпечення їх засобами колективного та індивідуального захисту. Як показує практика, фінансування на ці заходи здійснюється частково або зовсім не передбачається державним бюджетом.

Проведений аналіз за 2009-2011 роки показав, що паспорт бюджетної програми [7] за цей період не передбачається такий показник, як «Кількість засобів колективного захисту», проте підприємством планувалося та фінансування здійснювалося (табл. 4).

Таблиця 4. Стан забезпечення засобами колективного та індивідуального захисту
(в одиницях)

Показники	2009 р., план	2009 р., факт	%	2011р., план	2011р., факт	%
Кількість засобів індивідуального захисту	3287	-	-	1500	1881	125,4
Кількість підприємств, на яких будуть здійснюватися заходи з поліпшення умов праці шахтарів	8	-	-	7	7	100
Кількість підприємств, на яких передбачається застосування новітніх приладів контролю за параметрами шахтної атмосфери	7	-	-	7	7	100
Кількість підприємств, на яких передбачається застосування засобів контролю параметрів дегазації	3	1	33,3	1	-	-
Кількість засобів колективного захисту	480	480	100	385	385	100
Обстеження технічного стану і оцінка залишкового ресурсу обладнання головних технологічних комплексів вугільних шахт	1	1	-	-	-	-

Загалом протягом 2009 та 2011 років із 11 запланованих заходів за рахунок бюджетних коштів виконано 7 заходів, тобто лише 64 відсотки.

Як видно з таблиці 4, у 2009 році не виконано запланований показник з придбання кількості засобів індивідуального захисту. Поряд з цим, спостерігається перевиконання показника у 2011 році на 25,4% за рахунок більшої кількості придбаних засобів індивідуального захисту.

Слід зазначити, що Програма безпеки за постановою № 374 [9] складається із 6-ти розділів, 42-х підрозділів, які містять 111 заходів, із яких 38 мають організаційно-виробничу спрямованість, а 73 передбачають виконання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

За кошти державного бюджету у 2009 році виконувалося лише 2 напрямки на придбання засобів колективного захисту та обстеження технічного стану і оцінка залишкового експлуатаційного ресурсу обладнання головних технологічних комплексів вугільних шахт (підйомні установки, вентиляторні установки, компресорні станції). Аналогічно протягом 2011 року за кошти державного бюджету виконувалися лише 2 напрямки, а саме оснащення новітніми приладами контролю за параметрами шахтної атмосфери та засобами контролю за параметрами дегазації. У межах Програми безпеки бюджетні фінансування на виконання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт не передбачалися та не виконувалися.

Низький рівень фінансування бюджетної програми «Охорона праці та підвищення техніки безпеки на вугледобувних підприємствах не дозволяє виконати Комплексну програму підвищення безпеки праці на досліджуваних підприємствах та не забезпечує

працівників засобами індивідуального та колективного захисту. Слід зазначити, що у 2010 році на зазначені цілі взагалі не було виділено коштів. Як показує проведений аналіз, задоволення потреби бюджетних коштів у 2009 році лише на 10,85% призвело до невиконання Комплексної програми підвищення безпеки праці на вугледобувних підприємствах у 2009-2010 роках та незабезпеченості працівників саморятівниками ізолюючими, світильниками СБІ та іншими засобами індивідуального та колективного захисту. Забезпеченість спецодягом, спецзуттям працівників вугільної промисловості також залишається на низькому рівні, що призводить до їх використання у терміни, що значно перевищують встановлені норми, що негативно впливає на безпеку праці працівників досліджуваних підприємств. Як видно з проведеного аналізу, суттєвий вплив на зменшення виробничого травматизму та професійних захворювань здійснює виконання необхідних заходів з охорони праці. Тобто у 2009 році заходи з охорони праці виконано лише на 10%, а у 2010 році взагалі не виконано, і відповідно простежується найбільша кількість випадків травматизму та профзахворювань у цей період. У 2011 році виконання заходів з охорони праці становить 50,8%, тому відповідно спостерігається зменшення випадків травматизму та профзахворювань. Таким чином, провівши аналіз ефективності використання коштів, спрямованих на виконання заходів з охорони праці, ми встановили, що підприємствам вугледобування не вдалося досягти однієї з основних цілей, а саме – суттєвого зменшення кількості нещасних випадків зі смертельними наслідками, виробничого травматизму та профзахворювань.

Список літератури

- Грибан В. Г. Охорона праці: навч. посібник (для студ. вищ. навч. закладів) / В. Г. Грибан, О. В. Негодченко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 280 с., ст. 64-65.
- Дементій Л. В. Охорона праці в галузі / Л. В. Дементій, Г. Л. Юсіна, Г. І. Чижиков. – Краматорськ: ДДМА, 2006. – 296 с., ст. 194.

-
3. Жидецький В. Ц. Основи охорони праці: [підручник] / В. Ц. Жидецький. – 3-тє виид., перероб. І доп. – Львів: Укр. Акад. Друкарства, 2006. – 336 с.
 4. Залознова Ю. С. Управління персоналом вугільної шахти: оцінка стану та стратегії розвитку: монографія / НАН України. Ін-т економіки промисловості. - Донецьк, 2008, 380 с.
 5. Керб Л. П. Основи охорони праці: [підручник] / Л. П. Керб. – КНЕУ, 2003. – 215 с.
 6. Концепція реформування вітчизняної системи регулювання умов, гігієни, безпеки та охорони праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ir.lg.ua/docs/BezprPraci.doc.
 7. Про затвердження паспорта бюджетної програми на 2011 рік [Електронний ресурс] : наказ №7/327. – Режим доступу <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1022.9045.0>.
 8. Пластун В. Н. Совершенствование управления производством и охраной труда на шахтах / В. Н. Пластун Уголь Украины. – 2010. – №3. – С. 25-28.
 9. Постанова про затвердження програми підвищення безпеки праці на вугледобувних та шахтобудівних підприємствах від 29 березня 2006 року № 374 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://budstandart.ua/read/document_body/id/3102212.
 10. Серіков Я. О. Основи охорони праці: [навч. посібник] / Я. О. Серіков. – ХНАМГ, 2007. – 227 с.

РЕЗЮМЕ

Ронская Ольга

Современное состояние и анализ эффективности использования средств, направленных на выполнение мероприятий по охране труда на угледобывающих предприятиях

Рассмотрено современное состояние охраны труда на предприятиях угольной промышленности и проведен анализ эффективности использования средств, направленных на выполнение мероприятий в данной отрасли.

RESUME

Ronska Olga

The modern state and analysis of efficiency of the use of funds directed on implementation of labour protection acts on coal enterprises

The modern state of labour protection on the enterprises of coal industry is considered. The analysis of efficiency of the use of funds directed on implementation of labour protection acts on coal enterprises is conducted.

Стаття надійшла до редакції 12.03.2013 р.

ФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ МЕТАЛУРГІЙНОГО ПІДПРИЄМСТВА

За даними фінансової звітності металургійного підприємства зроблено аналіз динаміки структури основних фондів, вводу та вибуття основних засобів, впливу факторів на визначальні показники, що характеризують ефективність використання активів та основних засобів як їх складової частини.

Ключові слова: металургійне підприємство, основні фонди, ефективність використання, факторний аналіз.

Будь-яке підприємство незалежно від форми власності і виду діяльності повинно постійно розглядати рух своїх основних виробничих фондів, їх склад і стан, ефективність використання.

Ця інформація дозволяє підприємству виявити шляхи і резерви підвищення ефективності використання основних фондів, а також, крім того, вчасно виявити і скоректувати негативні відхилення, які надалі можуть спричинити серйозні наслідки для успішної діяльності підприємства. Саме тому проблема підвищення ефективності використання основних фондів є настільки важливою для будь-якої організації. Адже неефективне використання призводить до скорочення обсягів виробництва або реалізації, що зменшує доходи підприємства, а, відповідно, позначається на прибутку.

Великий внесок у розробку проблеми підвищення ефективності використання основних фондів внесли Аракелян А. А., Білий М. М., Кантор Л. М., Кропельницька С. О., Мамедова О. Ю., Овчинников Г. П., Шеремет А. Д. Але через різноманіття факторів, що впливають на підвищення ефективності використання основних виробничих фондів, і складність їх регулювання, раціональне й ефективне використання основних фондів залишається недостатньо вивченими.

Метою статті є виявлення напряму та сили впливу чинників на ефективність використання основних виробничих фондів металургійного підприємства.

Основні виробничі фонди багато в чому визначають виробничу потужність підприємства та рівень технічної озброєності праці. Показники діяльності підприємства – продуктивність праці, фондівіддача, випуск продукції, зниження собівартості, економія капітальних вкладень поліпшуються при зростанні ефективності використання основних фондів і виробничих потужностей [1, с. 30-32].

Для аналізу основних фондів використовуються дані та інформація, що містяться в бухгалтерському і оперативно-технічному обліку, статистичній звітності, в матеріалах інвентаризації та ін. Одним із способів виявлення можливостей покращення виробничих показників, а також факторів, які впливають на результативність діяльності підприємства, є аналіз основних фондів, який уміщує вивчення наявності, структури та руху основних засобів, оцінку використання устаткування та виробничих потужностей [2, с. 51]. Аналізується період декількох років роботи підприємства. Такий аналіз визначає

фактори, що впливають на результати роботи, а також резерви підвищення виробничих показників. Усі основні засоби діляться на виробничі і невиробничі. Виробничу частину ділять на активну і пасивну. Така деталізація потрібна для визначення резервів підвищення ефективності використання основних фондів на основі оптимізації їх структури [3, с. 32-33].

Металургійне виробництво і виробництво готових металевих виробів – провідний вид промислової діяльності в Донецькій області, який займає 41,2% в об'ємі промислової продукції, 20,4 % середньорічної кількості працівників зайнято на підприємствах цього виду діяльності, який охоплює 12,9 % основних засобів у загальній їх вартості по промисловості Донецької області [4].

Серед підприємств металургійної галузі області ПАТ «Єнакіївський металургійний завод» (ЄМЗ) характеризується удосконаленням якості основних виробничих фондів за рахунок упровадження інноваційних технологій виробництва чорних металів. Тому науково – практичний інтерес викликає оцінка ефективності використання його основних фондів.

Для виконання аналітичних розрахунків узяті дані фінансової звітності підприємства за 2007 – 2010 роки із сайту Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку [5], а також інформацію за 2011 рік, опубліковану на сайті Метінвест [6].

У таблиці 1 репрезентовані дані про наявність основних засобів, їх склад і структуру на кінець року за первинною вартістю з 2009 по 2011 роки.

Серед основних засобів найбільшу питому вагу у 2009 році мали виробничі машини і устаткування – 41,07 %, у 2010 і 2011 роках – будівлі і споруди – 38,56 % і 45,9 %. Загальна сума основних засобів з 2009 – 2011 рр. збільшилася.

Зниження питомої ваги невиробничих фондів у структурі компенсувалося збільшенням виробничих фондів. Збільшення виробничих фондів – позитивний момент для підприємства.

На сьогодні майже всі підприємства працюють на застарілому обладнанні, із високим рівнем матеріального та морального зношення. Варто зазначити, що незадовільний стан більшості промислових підприємств України виступає гальмом інтеграційних процесів.

У таблиці 2 наведено показники, які характеризують стан і рух основних засобів підприємства ПАТ «ЄМЗ».

Таблиця 1. Динаміка структури основних засобів ПАТ «Єнакіївський металургійний завод», тис. грн.*

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Основні засоби – усього, тис. грн.	868743	1139683	2690827
у т. ч.:			
виробничі	743733,5	1106459,1	2508293
невиробничі	8953,5	9984,9	18008,2
Питома вага (будівлі, споруди і передатні пристрої), %	36,36	38,56	45,9
Питома вага (виробничі машини і устаткування), %	41,07	29,78	35,02
Питома вага (транспортні засоби), %	21,64	28,35	12,27
Питома вага (інструменти, пристрої, інвентар), %	0,066	0,068	0,030
Інші основні засоби	1754	18596	39320

*Розраховано за даними фінансової звітності ПАТ «ЄМЗ», опублікованої на сайті Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку.

Таблиця 2. Показники стану і руху основних засобів підприємства (за станом на кінець року)

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Коефіцієнт зношення основних засобів на кінець року	0,134	0,020	0,058
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,138	0,131	0,639
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,005	0,009	0,001

Рівень зношення основних виробничих фондів ПАТ «ЄМЗ», починаючи з 2009 р., зменшувався з 13,4 % до 2 % у 2010 р. У 2011 р. порівняно з 2010 р. рівень зношення основних виробничих фондів незначно зріс.

Коефіцієнт уведення росте у 2009-2011 роках, різке

його збільшення у 2011 р. відбувається за рахунок активної частини основних засобів.

Оцінка ефективності використання основних фондів передбачає розрахунок і аналіз показників віддачі і ємності, які наведені у таблиці 3.

Таблиця 3. Динаміка показників ефективності використання основних засобів ПАТ «ЄМЗ» за 2009-2011 рр.

Показники	2009 р.	2010 р.	Темп зміни, %	2011 р.	Темп зміни, %
Зиск від реалізації	6127195	8872303	144,8	13700130	154,4
Середньорічна вартість ОВФ, тис. грн	810298,5	999524	123,4	1905929	190,7
Середньорічна вартість активної частини основних виробничих фондів, тис. грн	272370	626436	230,0	2178077	347,7
Фондовіддача	7,56	8,88	117,5	7,19	81,0
Фондовіддача активної частини основних фондів	22,5	14,16	62,9	6,29	44,4
Питома вага активної частини основних фондів	0,34	0,63	185,3	1,14	181,0

Зміна фондовіддачі обумовлена різними темпами зростання виручки і середньорічної вартості основних виробничих фондів і їх активної частини. Істотне зменшення фондовіддачі активної частини фондів у 2010 – 2011 рр. сталося у зв'язку з тим, що їх вартість зростала темпами більшими, ніж виручка від реалізації продукції.

Факторами, які впливають на фондовіддачу основних виробничих фондів, є зміна частки активної частини фондів у загальній сумі основних фондів і зміна фондовіддачі активної частини основних фондів, які репрезентовані мультиплікативною моделлю [7, с. 74]:

$$F_{від} = ПВ_{а.ч.оз} * F_{ак.оз}, \quad (1)$$

де $ПВ_{а.ч.оз}$ – частка активної частини основних виробничих фондів у загальній сумі основних коштів;

$F_{ак.оз}$ – фондовіддача активної частини основних засобів.

Результати аналізу методом ланцюгових підстановок, напрямок і сила впливу факторів на зміну фондовіддачі ОВФ наведені в таблиці 4.

Таблиця 4. Результати факторного аналізу фондовіддачі

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Зміна фондовіддачі	2,55	1,31	-1,69
у т.ч. за рахунок зміни:			
питомої ваги активної частини основних фондів	-0,74	6,54	7,31
Фондовіддача активної частини основних засобів	3,29	-5,22	-8,99

З 2009 по 2011 роки спостерігається зниження фондовіддачі основних виробничих фондів. Провідним чинником стало зниження фондовіддачі активної

частини основних виробничих фондів, яке компенсувалося зростанням їх питомої ваги.

Зиск як вимірник ефективності має недолік у тому,

що в ній закладені результати минулої праці. Щоб усунути їх вплив, доцільно визначати віддачу активної частини фондів у вигляді валового фінансового результату, який утворюється на кожному обороті використання основних засобів, тобто як відношення валового фінансового результату до середньорічної вартості активної частини ОВФ. Таким чином, буде визначена рентабельність активної частини ОВФ, на яку впливає низка факторів. Це може бути відтворено мультиплікативною моделлю наступного виду:

$$\frac{ВФР}{ОВФ_{акт}} = \frac{ВФР}{ВРП} * \frac{ВРП}{ОА} * \frac{ОА}{ОВФ_{акт}} = R_{прод} * K_{об.ОА} * K_{оа/овф} \quad (2)$$

де *ВФР* – валовий фінансовий результат;
ВРП – виручка від реалізації продукції;
ОА – середньорічна вартість оборотних активів;
ОВФ акт. – середньорічна вартість активної частини основних виробничих фондів;
R прод. – рентабельність продажів по валовому фінансовому результату;
K об.оа – коефіцієнт оборотності оборотних активів;
K оа/овф – співвідношення середньорічної вартості оборотних активів і активної частини основних виробничих фондів [8, с. 18].

У таблиці 5 зведено результати факторного аналізу рентабельності активної частини основних виробничих фондів.

Таблиця 5. Фактори, які впливають на рентабельність активної частини основних виробничих фондів

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Зміна рентабельності активної частини основних виробничих фондів	-0,328	-0,802	1,44
у т. ч. за рахунок зміни:			
рентабельності продажів	-0,659	-0,67	0,84
коефіцієнта оборотності активів	3,38	0,42	0,76
коефіцієнта співвідношення середньорічної вартості оборотних активів і активної частини основних виробничих фондів	-0,08	-0,55	-0,16

Зниження рентабельності продажів у 2009 та 2010 роках є сильнішим і таким, що негативно впливає, фактором на зміну рентабельності активної частини основних фондів. Фактором, який компенсує негативний вплив рентабельності продажів, є зміна коефіцієнта оборотності оборотних активів, із

зростанням якого відбувається зростання рентабельності активної частини основних виробничих фондів (рис. 1).

Із зростанням коефіцієнта оборотності оборотних активів рентабельність продажів збільшується (рис. 1).

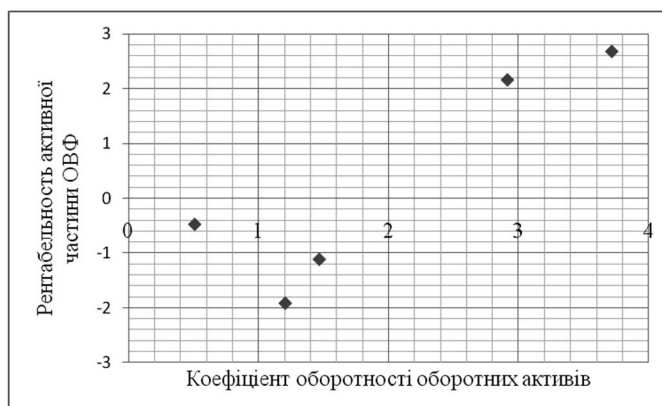


Рис. 1. Зміна рентабельності активної частини основних виробничих фондів залежно від коефіцієнта оборотності оборотних активів

Факторний аналіз коефіцієнта оборотності оборотних активів (табл. 6) показав, що провідними факторами, які впливають на його зміну, є виручка від

реалізації і дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги.

Таблиця 6. Факторний аналіз зміни коефіцієнта оборотності активів

Показники	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Зміна коефіцієнта оборотності оборотних активів	-1,448	-0,262	0,16
у т. ч. за рахунок зміни:			
виручки	-0,810	0,657	0,655
запасів	-0,034	-0,076	-0,031
дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги	-0,602	-0,843	-0,508
інша дебіторська заборгованість	0,009	0,016	0,063
поточні фінансові інвестиції і грошові кошти	0,0001	0,003	-0,019
інші оборотні активи	-0,011	-0,019	0,001

У 2009 р. обидва фактори сприяли зменшенню коефіцієнта оборотності, а в подальші роки зростання виручки сприяло зростанню коефіцієнта оборотності, але зростання дебіторської заборгованості уповільнювало швидкість обороту.

Оскільки на рентабельність активної частини основних фондів найбільший вплив робить

рентабельність продажів, яка залежить від виручки, визначуваної як добуток ціни на обсяг реалізації, а валовий фінансовий результат – різниця між виручкою і собівартістю. Отже, необхідно виконати аналіз впливу цих факторів на зміну валового фінансового результату. Це підсумовано в таблиці 7.

Таблиця 7. Результати факторного аналізу впливу зміни середньозваженої ціни виробів і ціни ресурсів на зміну валового фінансового результату

Показник	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Зміна чистого доходу (виручки)			
у тому числі за рахунок:			
а) зміни цін	942915,55	854221,68	1491019,31
б) зміни обсягу реалізації	2417371,14	-3213266,68	1254088,69
Разом	3360286,7	-2359045	2745108
Зміна собівартості реалізованої продукції			
у тому числі за рахунок:			
а) зміни цін	903800,22	821412,37	1721201,74
б) зміни обсягу реалізації	2545668,18	-2308582,37	1708316,26
Разом	3449468,4	-1487170	3429518
Зміна валового фінансового – результату	-89181,7	-871875	-684410

У 2008-2010 рр. зміна цін позитивно впливає на зростання чистого доходу (виручки), як і зміну обсягу реалізації. Тільки у 2009 р. падіння обсягу реалізації привело до зниження чистого доходу.

Зростання собівартості у 2008-2010 рр. обумовлено зміною цін на ресурси, також, як і зростання обсягу реалізації. У 2009 р. зменшення обсягу реалізації привело до економії витрат, але втрати чистого доходу (виручки) від реалізації продукції перевищили цю економію, за рахунок чого відбувалося зменшення валового фінансового результату.

Таким чином, керівництву підприємства необхідно звернути належну увагу на процес аналізу використання основних фондів, особливо їх активної

частини. Це дозволить контролювати фактори, що впливають на ефективність їх використання, своєчасно вживати необхідні заходи для її збільшення, що насамкінець підвищить результативний показник і економічну ефективність господарювання.

На кінцевий результат діяльності підприємства у формі виручки або прибутку впливає не лише ефективне використання основних і оборотних засобів, але і інші чинники виробництва, такі, як праця і технологічне удосконалення виробництва. Тому в перспективі напрямом дослідження є побудова аналітичних моделей, які враховують усю сукупність факторів.

Список літератури

1. Киселева, И. А. Основные средства до и во время кризиса [Текст] / Киселева И. А. // Консультант бухгалтера. – 2009. – № 2. – С. 29-38.
2. Шеремет А. Д. Методика финансового анализа [Текст] / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфуллин. – М. : Инфра-М, 2009. – С. 50-70.
3. Садовніков О. А. Економіко-статистичний аналіз ефективності використання основних фондів на сучасному підприємстві [Текст] / О. А. Садовніков, І. В. Тацій, Р. Р. Герсамія. // Вісник Східноукр. націон. ун-ту ім. В. Даля – 2010. – № 11 (153) – С. 32-34.
4. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Єдиний інформаційний масив даних про емітентів цінних паперів. – Офіц. веб-сайт. – Режим доступу: <http://smida.gov.ua/db/participant/00191193>.
5. Промисловість Донецької області в 2011 р. : статистичний збірник. – Донецьк, Головне управління статистики у Донецькій області, 2012. – 90 с.
6. Статистична інформація про ПАО «ЄМЗ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://emz.metinvestholding.com/ru/about/info>.
7. Ефимова, О. В. Анализ и управление основными фондами / О. В. Ефимова // Бухгалтерский учет. – № 5. – 2008. – С. 71-78.
8. Липатова, И. В. Анализ доходности предприятия / И. В. Липатова // Финансы. – № 2. – 2008. – С. 17-23.

РЕЗЮМЕ

Ряховская Анна

Факторный анализ эффективности использования основных фондов металлургического предприятия

По данным финансовой отчетности металлургического предприятия сделан анализ динамики структуры основных фондов, введения и выведения основных средств, влияния факторов на ключевые показатели, которые характеризуют эффективность использования активов и основных средств как их составной части.

RESUME

Ryakhovska Anna

Factor analysis of efficiency of the use of capital assets of metallurgical enterprise

According to financial statements of the metallurgical enterprise there has been carried out the analysis of dynamics of structure of fixed assets, of introduction and removal of fixed assets, of influence of factors on key indicators which characterize efficiency of use of assets and fixed assets as their component.

Стаття надійшла до редакції 18.12.2012 р.

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСОБРАЗНОСТЬ КОМПЛЕКСНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МИНЕРАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В НАПРАВЛЕНИИ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье показана высокая эффективность комплексной разработки залежей железистых кварцитов. Их переработка позволяет повысить эффективность работы горного предприятия, за счет переработки минерального сырья, с учетом того, что на данном этапе все попутно добываемые нерудные полезные ископаемые из вмещающих скальных пород и рыхлой вскрыши кайнозоя сбрасываются в смешанные отвалы.

Ключевые слова: геология месторождения, кварциты, амфиболиты, тальковые сланцы, комплексная переработка.

Основой данной работы явились результаты проведения всесторонних исследований комплексного использования железных руд, сопутствующих полезных ископаемых и отходов обогащения.

Весьма высокая комплектность железорудных месторождений обусловлена особенностями генезиса, геологических условий залегания и состава железистых кварцитов, вмещающих, боковых и вскрышных пород. Особенностью кремнистых железистых осадочных вулканогенных формаций является ритмичное чередование различных по литолого-фациальному составу метаморфических пород: железистых неокисленных магнетитовых, силикатно-магнетитовых, магнетит-карбонат-силикатных и окисленных магнетит-гематитовых кварцитов, разнообразных сланцев, безрудных кварцитов и карбонатных пород [1; 2; 3]. В границах месторождений, вскрываемых карьерами, залегают разнообразные докембрийские боковые кристаллические породы, представленные гранитами, мигматитами, гнейсами, амфиболитами и др. [4; 5].

Вскрываемый карьерами покров осадочных пород кайнозоя сложен разнообразными массивными суглинками, глинами, песками, известняками, мергелями и другими породами. [6]. Железные кварциты вследствие развивающихся длительное время различного рода эпигенетических, особенно метасоматических процессов (куммингинизация, рибекитизация и т. д.) претерпели значительные изменения. Поэтому они отличаются большим разнообразием вещественного состава и текстурно-минералогических особенностей, что обусловлено наличием среди них множества качественных разновидностей и технологических типов. Из них в настоящее время используется для переработки на железорудный концентрат в основном только неокисленные магнетитовые кварциты основных продуктивных толщ, составляющие в среднем 2/3 всего количества добываемых железистых кварцитов. Остальные разновидности кварцитов (окисленные и неокисленные малорудные), составляющие примерно 1/3 всей добычи, не используются для переработки, сбрасываются в отвалы либо частично (окисленные) временно складываются. Все попутно добываемые разнообразные нерудные полезные ископаемые из вмещающих скальных пород и рыхлой вскрыши

кайнозоя сбрасываются в смешанные отвалы.

В связи с этим повышение эффективности горно-добычных работ за счет комплексной добычи и переработки сырья является актуальной задачей для предприятий отрасли.

При разработке месторождений необходимо обеспечивать применение наиболее рациональных и эффективных методов добычи основных и совместно с ними залегающих полезных ископаемых и извлечение содержащихся в них компонентов, имеющих промышленное значение, недопущение сверхнормативных потерь и сверхнормативного разубоживания полезных ископаемых, а также выборочной отработки богатых участков месторождений; доразведка месторождений, недопущение порчи разрабатываемых и соседних с ними месторождений, сохранение и учет попутно-добываемых временно не используемых полезных ископаемых, а также отходов производства, содержащих полезные компоненты; рациональное использование вскрышных пород и отходов производства, а также правильное их размещение.

Выполнение исследования базировалось на комплексном использовании минеральных ресурсов по трем направлениям: геологическим (достаточность и комплексность минеральных ресурсов); технологическим (применение прогрессивной технологии разработки); экономическим (народно-хозяйственная оценка эффективности комплексного использования месторождений, обеспечивающая высокую рентабельность производства).

Тальковые сланцы. Тальк представляет собой гидросиликат магния. В виде отдельных кристаллов тальк встречается редко, обычно образует скрытокристаллические плотные или чешуйчатые и листовидные агрегаты. Тальк в плотных агрегатах называют стеатитом (талькохлорит), в сланцевых – тальковым сланцем.

Отдельные чешуйки талька гибкие, но не упругие. При температуре около 900 °С тальк деградирует, при температуре 1530 °С – плавится. Обладает способностью хорошо обрабатываться и легко измельчаться в тонкий порошок со средней равномерностью 0,03-0,04 мм. Хорошо противостоит действию кислот, щелочей, минерализованной воды, относится к плохим проводникам тепла и электричества.

Тальк обладает субстратным действием, т.е. способностью удерживать на поверхности своих частиц как на химически инертной основе некоторые активные химические вещества. На этом свойстве основано его применение в производстве инсектофунгицидов.

Часто тальковые породы и породы, содержащие более 75% талька, называют талькитами. Наряду с такими породами промышленность использует также содержащие 35-75% талька, так называемые тальковые камни. Среди них выделяют тальк-магнетитовые, тальк-доломитовые и тальк-хлоритовые, а также промежуточные разности.

Твердость тальковых камней изменяется от 1 до 3,5, температура плавления их изменяется в пределах 1350-1400°C. Малые карбонатитные камни являются щелочеупорными, а тальк-хлоритовые – щелоче – и кислотоупорными.

По кристаллической структуре, физическим и техническим свойствам к тальку очень близок минерал пиррофиллит, визуально это минералы неразличимы. Пиррофиллит и тальк, имея сходные кристаллические решетки, не только близки по своим физическим свойствам, но мало отличаются друг от друга по технологическим свойствам и по области применения в промышленности.

Тальковый порошок используется различными отраслями промышленности в качестве наполнителя.

В бумажной промышленности белый или слегка сероватый порошок вводится в состав бумажной массы, что повышает прочность и глянецвитость бумаги, понижает её гигроскопичность, придает восприимчивость типографский краске.

В керамической промышленности тальк является важной составляющей частью шихты при производстве электроизоляционного фарфора, технической и бытовой посуды, облицовочных стеновых плит.

В резиновой промышленности тальк используется как наполнитель в резиновой смеси и для припудривания резины; в химической промышленности – при производстве инсектицидов как наполнитель.

В парфюмерной и фармацевтической промышленности молотый тальк служит сырьем для производства пудры и присыпок, а также в качестве наполнителя для таблеток.

В кондитерской промышленности тальковый порошок применяется как полировочный материал для придания блеска конфетам и как обсыпка для их дешевых сортов с целью придания блеска поверхности конфет и предохранения их от слипания.

Тальковый порошок используется также в лакокрасочной, кровельной и кабельной промышленности, в литейном деле, цементном, текстильном, пластмассовом производстве, для изготовления смазок и цветных карандашей.

Качество талька как наполнителя зависит от содержания в нем окислов железа, поэтому наиболее важным требованием к тальку, идущему на помол, является минимальное содержание в нем этих окислов. Выяснено, что закисное железо, изоморфно входящее в решетку самого минерала талька, значительно менее вредно, чем окисное, входящее в состав сопутствующих минералов. Присутствие окислов железа отражается на цвете талькового порошка, ухудшает его керамические свойства, огнеупорность и вредно влияет на химические свойства изделий.

Минералогически чистый тальк в природе встречается редко. Вместе с другими минералами тальк

образует тальковые породы. Сопутствующими минералами чаще всего являются серпентин, хлорит, магнезит, доломит. Содержание талька в породах колеблется от 45 до 75%. В бедных тальковых породах он представлен, как правило, тонкими кристаллами.

В России разрабатываются талькосодержащие месторождения, в частности Нотское в Иркутской области, Сыростанское в Челябинской области. В Украине тальковых месторождений не обнаружено.

Тальк относится к естественным аполярным минералам, обладающим высокой флотуруемостью и способным флотироваться в присутствии одних вспенивателей. При флотации талька для обеспечения высокого извлечения в концентрат приходится применять не только вспениватель, но и собиратели-вспениватели (керосин и др.).

В результате применения этих реагентов магнезит флотуруется в весьма небольшой степени, что и обеспечивает достаточную избирательность флотационного процесса. Применение небольшого количества серной кислоты для снижения pH пульпы до 6-6,5 pH улучшает избирательность флотации, уменьшая переход в концентрат магнезита и окислов. Флотационные концентраты подвергаются доводке на магнитных сепараторах.

К настоящему времени на обогатительной фабрике Шадровского талькового комбината (Россия) используется малотоксичный вспениватель (отход производства синтетического каучука).

Тальковые сланцы Ингулецкого месторождения (Украина, Кривбасс) залегают в виде пласта мощностью 50-80м, окаймляющего железорудные залежи, и относятся к вскрышным породам. При разведке месторождения запасы тальковых сланцев не подсчитывались, технологические испытания не проводились, возможные области не определялись. По предварительным оценкам Треста «Укргеология», запасы тальковых сланцев составляют 20-22 млн т.

В связи с необходимостью расширения карьера в северо-восточном направлении возникла необходимость отработки и складирования тальковых сланцев с учетом возможности сохранения потенциальной ценности и использования в будущем. Проблемной лабораторией комплексного освоения месторождений минерального сырья Украины ДГИ разработаны схемы отвалообразования, позволяющие совместно складировать на ограниченных площадях для последующего использования тальковые сланцы и известняки ИнГООКа. Тальковые породы здесь представлены хлорито-тальковыми, хлорито-амфиболовыми, кабанатно-талько-амфиболовыми сланцами и другими породами.

Длина талькосодержащего горизонта, по простирацию в контурах ИнГока, составляет 2 км. Горизонтальная мощность в северной части – 40 м, в южной – 100 м, глубина распространения до 400 м. Запасы тальковых сланцев в контурах карьера по данным ДГИ составляет 15-20 млн тонн. Ежегодное извлечение тальковых сланцев по данным института «Кривбасспроект» колеблется от 400 тыс. м³ до 1,0 млн. м³.

Исследования НИГРИ (Кривой Рог) показало, что тальковые сланцы Ингулецкого месторождения пригодны для использования в керамической, резинотехнической, лакокрасочной промышленности.

Кроме того, эти работы показали перспективность исследований тальковых сланцев на предмет получения

Ti, Cr, Ni, Co, V и Cu.

Исследованиями КПИ (Киев) установлена возможность использования тальковых сланцев ИнГОКа для производства портландцемента, шлакопортландцемента и шлакового цемента повышенной основности. Исследования подтверждены промышленными испытаниями на Криворожском цементном заводе.

Кроме тальковых сланцев извлекаются на поверхность из карьеров сланцы хлорито-амфиболовые – сырье для получения гранатового концентрата. Из аркозо-филлитовых сланцев извлекаются слюдистые минералы для электромеханической промышленности, а также щебень марки 1000 – по дробимости. Из шлакоситаллов можно изготавливать водостойкие лаки и краски, портландцемент. Шлакоситаллы служат сырьем для резинотехнических изделий, кровельных материалов

При ведении горных работ извлекаются в больших объемах граниты – для получения щебня тяжелых бетонов и балластировки железнодорожного полотна. Из мигматитов получают декоративный щебень, бутовый камень, отделочную плитку.

Особенно интересны амфиболиты – сырье для каменного литья и изоляционных материалов (декоративный щебень, бутовый камень, отделочные плиты, высококачественный щебень и др.).

В больших количествах встречаются суглинки, глины, пески, известняки – сырье для производства кирпича и керамических изделий.

Запасы бокситов с низким содержанием кремнезема (основного алюминиевого сырья) на Украине весьма ограничены, поэтому в переработку начинают вовлекаться бокситовые породы из коры выветривания

амфиболитов. Применение бокситов для специальных цементов улучшает их способность к быстрому затвердеванию и повышает устойчивость коррозии сернокислыми водами. Для приготовления шихты клинкера цемента используются породы коры выветривания амфиболитов и породы известняков ИнГОКа. Сопоставление химического состава известняков ИнГОКа с требованиями цементной промышленности показывают, что среди первых имеются разновидности, являющиеся потенциальным сырьем для производства вяжущих материалов. Исследовалась также возможность использования бокситоподобных пород как пигментного сырья. Делались добавки данного материала в брекчиевую плитку и приготавливались специальные композиционные смеси. В первом случае пигмент оказался безвредным, светоустойчивым. Свой цветовой фон он передавал бетонной смеси и применялся при производстве брекчиевой плитки. Композиционные смеси для покрытия строительных изделий приготавливались также из бокситовидных пород, тальковых сланцев и известняков, а также жидкого стекла. Каждой смесью в жидком состоянии покрывалась поверхность кирпича и обжигалась в муфельной печи при температуре 900 °С в течении 3 часов. Поверхность устойчива к растрескиванию, не размокает после длительного воздействия влаги, имеет привлекательный цвет, который можно менять.

Таким образом, комплексные разработки железорудных месторождений позволяют повысить рентабельность добычи основного сырья – железной руды и освобождает Украину от импорта минерального сырья.

Список литературы

1. Щербак Н. П. Железисто-кремнистые формации докембрия Европейской части СССР. Стратиграфия / Н. П. Щербак. – Киев: Наукова думка, 1988. – 192 с.
2. Плотников А. В. Строение Криворожско-Кременчугской шовной зоны. / А. В. Плотников, И. Ю. Петрусенко // Доп. в УкрИНТЭИ. 20.1296, № 322-У1-96. – Кривой Рог: КТУ, 1996. – С. 11.
3. Тохтуев Г. В. Геология Криворожских железорудных месторождений / Г. В. Тохтуев, Г. Ю. Фоменко, Я. Н. Белявцев. – К.: Изд-во АН УССР, 1962. – Т1. – 448 с.
4. Половинкина Ю. И. Тальковые сланцы Кривого Рога, их генезис и стратиграфическое положение / Ю. И. Половинкина // Петрографический сборник ВСЕГЕИ. – 1955. – №1. – С. 5–42.
5. Куделя А. Д. Комплексное использование минеральных ресурсов железорудных горнообогатительных комбинатов УССР / А. Д. Куделя. – Киев: Наукова думка, 1984 – 496 с.
6. Комплекс ресурсо- и энергосберегающих технологий, добычи и переработки минерального сырья, техническое оборудование и системы управления для мониторинга и оптимизации горного производства / Азарян А. А., Вилкул Ю. Г., Капленко Ю. П., и др. – Кривой Рог: Минерал, 2006. – 485 с.

РЕЗЮМЕ

Рибалко Людмила

Технологічна і екологічна доцільність комплексного використання мінеральних ресурсів у напрямку підвищення рентабельності роботи підприємства

У статті показана висока ефективність комплексної розробки покладів залізитих кварцитів. Їх переробка дозволяє підвищити ефективність роботи гірничого підприємства за рахунок переробки мінеральної сировини, з урахуванням того, що на сучасному етапі всі побіжно видобуті нерудні корисні копалини, які вміщуються у скельних породах та з пухкого розкритку кайнозою, скидаються в змішані відвали.

RESUME

Rybalko Lyudmyla

Technological and environmental feasibility of complex use of mineral resources in directions of increasing of profitability of enterprises

The article shows the high efficiency of the integrated development of deposits of ferruginous quartzite. Their recycling can improve the efficiency of the mining enterprise through the processing of minerals.

Стаття надійшла до редакції 10.03.2013 р.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті досліджено найбільш поширені проблеми, які лежать в основі управління ефективністю; зроблено акцент на необхідності подолання цих проблем; внесено пропозиції для подальшого впровадження системи управління ефективністю підприємства.

Ключові слова: економіка України, економічні реформи, проблеми управління, фактори управління ефективністю.

Управління ефективністю діяльності підприємства – перспективний напрямок наукових розробок. Але використання його на українських теренах ускладнене певними проблемами як на макро-, так і на мікрорівнях. Перш ніж упроваджувати цю систему управління, необхідно визначити та подолати всі негативні тенденції і перешкоди, які стануть на заваді управлінському персоналу.

Метою нашої статті є визначення найбільш вагомих проблем, які перешкоджають управлінню ефективності підприємства. Подолання визначених перепон та дотримання рекомендацій, запропонованих у статті, надасть більше можливостей для подальшого зростання показників діяльності підприємства.

Аналіз економічної літератури свідчить про наявність великої кількості наукових розробок з цієї тематики. Так проблеми управління та оцінювання ефективності відображено в наукових роботах таких українських та зарубіжних учених, як О. Богданов, Ф. Бродель, Н. Вінер, С. Глазьев, В. Гриньов, В. Забродський, М. Кондратьєв, О. Кузьмін, Ю. Лисенко, В. Маєвський, Л. Мельник, С. Меншиков, У. Мітчелл, М. Моїсєєв, Р. Нельсон, В. Пономаренко, О. Пушкар, У. Ростю, Г. Спенсер, Е. Тоффлер, Е. Федер, Дж. Форестер, Ч. Фрімен, Г. Хакен й ін. Деякі з авторів вносять пропозиції на загальноекономічному рівні, інші на рівні підприємства. Але всі науковці одноставно констатують наявність проблем, які перешкоджають упровадженню системи управління ефективністю на підприємстві, що сповільнює розвиток як самого підприємства, так і економіки країни загалом.

Проблеми управління ефективністю підприємницької діяльності – відносно нові для підприємств України. За роки незалежності лише незначна частина з них побудувала систему ефективного управління, забезпечивши собі тим самим подальший розвиток.

Економіка України, як комплекс господарських галузей, зберегла свій статус і свідчить про необхідність підвищення управління господарством по всьому ланцюжку взаємовідносин, які виникають на макро- і мікрорівні соціально орієнтованої моделі. Слід зазначити, що зростання валового внутрішнього продукту збільшується з кожним роком. Темпи збільшення цього показника доволі високі. А якщо порівняти його з показниками інших країн колишнього СРСР, то стан економіки України матиме доволі позитивну оцінку. У розвитку промисловості за останні роки можна відзначити такі позитивні моменти:

збереження промислового потенціалу, забезпечення стійкого зростання об'ємів виробництва, запобігання згортанню ділової активності в реальному секторі економіки, зупинення спаду у використанні виробничих потужностей з випуску найважливіших видів продукції в різних галузях економіки.

Однак збереглися і негативні тенденції: скоротилась інвестиційна активність, повільно відбувається структурна перебудова виробництва, на деяких підприємствах і досі спостерігається нестійке фінансове становище, рівень заробітної плати залишається на досить низькому рівні, зростає фізичне і моральне зношення виробничих засобів і скорочується рівень їх оновлення, рівень конкурентоспроможності продукції і підприємств залишається на доволі низькому рівні [1].

Варто лише згадати, що показники зношення технологічного обладнання, наприклад, у чорній металургії складають 73,6%, у хімічній та нафтохімічній – 73%, у харчовій – 69,8%. А ці галузі – половина експортної потужності України. Офіційно ж ступінь зношення загалом не перевищує 20% [2].

Проведення економічних реформ в Україні супроводжується великою кількістю негативних тенденцій, серед них:

- необдумане копіювання досвіду передових країн світу;
- перенесення непридатних для української економіки методів і підходів;
- використання не надто успішної світової практики, іноді в дещо зміненій, неправильно інтерпретованій формі;
- ігнорування та неналежна увага до позитивного досвіду розвинених країн світу;
- використання в діяльності підприємств власних, необґрунтованих методів управління.

У будь-якому випадку, обов'язково слід ураховувати, що українські підприємства тільки починають звертати увагу на важливість управління ефективністю. При цьому їх діяльність розгортається в умовах економічного середовища, яке постійно змінюється, що також суттєво ускладнює прийняття стратегічних управлінських рішень.

Окрім того, говорячи про економіку України, не слід забувати про специфіку її структури виробництва. І до сьогодні в загальному обсязі переважає питома вага енерго- і матеріаломістких галузей (підприємства металургійної галузі, паливна промисловість і електроенергетика), при тому, що частка наукоємних, експортноорієнтованих та ресурсозберігаючих

підприємств занадто мала. Також для української економіки характерна відсутність стабільних джерел фінансування, слабкорозвинена інфраструктура ринку.

Систему управління, які були розроблені ще за радянських часів, практично не враховували чинник впливу зовнішнього середовища та передбачали стабільність його поведінки. На сьогодні цей фактор має найбільший вплив на діяльність підприємства та передбачає обов'язкове його врахування в управлінській діяльності на підприємстві.

Серед багатьох проблем, які мають більшість українських підприємств, необхідно також виокремити ті, які пов'язані з плануванням і реалізацією довгострокових цілей, що забезпечують зростання ефективності діяльності підприємства. Для того, щоб підприємство приносило прибуток не тільки в поточному періоді, але і надалі, необхідна розробка стратегічного бачення розвитку виробництва.

Але система стратегічного планування й досі залишається слабкорозвинутою. Це говорить про те, що менеджери складають короткострокові, поточні плани, а механізм довгострокового планування або відсутній, або слабкорозвинений та має дещо несистематизований характер.

Великою перешкодою в управлінні залишається відсутність кваліфікованих спеціалістів у системі менеджменту. Справа в тому, що посади займають люди, які не мають відповідної вищої освіти, або ті, які виконували інші функції, але з появою нових підрозділів мали обійняти нові посади із зовсім новими задачами та обов'язками [3]. Окрім того, до управлінського персоналу висуваються нові вимоги. Серед факторів, які сприяють зростанню ефективності, слід також виокремити вроджене або набуте в процесі спеціальної підготовки мистецтво управління, яке притаманне лише певним особам [4].

Через визначені проблеми підприємства стикаються з тим, що наявна організаційна структура управління не відображає інноваційні процеси, що викликає хаос обов'язків виконавців і відповідальності менеджерів за результати діяльності. На багатьох підприємствах України використовуються стандартні організаційні структури управління (лінійні, лінійно-функціональні, тощо), хоча сучасні умови вимагають від підприємств побудови більш прогресивних, стратегічних організаційних структур нового типу з можливістю ынтегрування в неї структурно відображених інноваційних процесів. Проблема ж їх відсутності полягає в хронічній нестачі коштів, часу, вміння їх будувати і розуміння менеджерами їх необхідності [3].

Особливої уваги заслуговує проблема аналізу підходів до оцінювання ефективності управління, оскільки і досі не існує єдиного методу оцінювання цієї категорії, а деякі з них навіть не мають власної назви, тому отримали класифікацію відповідно до імен авторів, які їх розробили.

Труднощі в оцінюванні ефективності управління діяльності підприємства полягають в тому, що досить складно виділити трудовий внесок управлінського персоналу в загальні результати діяльності підприємства, також відсутні пропозиції щодо індивідуальних показників ефективності, які характеризують зусилля окремого співробітника апарату управління, тому визначення таких показників сприятиме більш успішній реалізації стратегії розвитку підприємства та забезпечить її зрозумілість для конкретного працівника [5].

Не менш важливим фактором ефективності управління є корпоративність, тобто прийняття і розуміння цілей підприємства як своїх власних, прагнення працювати для досягнення поставлених цілей підприємства, інтеграція всіх ділових, соціально-психологічних і організаційних взаємовідношень. Вона не виникає окремо сама по собі, це результат управління, один з елементів його цілей, а також засіб у механізмі управління.

Важливу роль у діяльності підприємства відіграють оперативність і гнучкість управління, оскільки часто виникає потреба у швидких і рішучих заходах, зміні методів управління по ситуаціях, що складаються, адаптації до зовнішніх змін.

Також не варто забувати про систему моніторингу, яка складається із спеціально організованих дій з визначення ймовірності і реальності настання певних змін і необхідності для їхнього своєчасного виявлення і розпізнавання [4].

Тож система управління діяльністю підприємства має характеризуватись наступними елементами: реалістичністю, взаємозалежністю планів, наявністю підрозділу, відповідального за технічні зміни; постійним моніторингом і обробкою інформації щодо зовнішнього і внутрішнього середовищ підприємства (зазвичай, підприємства у своїй діяльності орієнтуються лише на показники внутрішньої діяльності); спрямованістю методів управління на заохочення персоналу до ефективної діяльності по стратегічному розвитку; відповідною технікою і технологією управління, яка дозволяє збирати і обробляти великий обсяг інформації (зазвичай, на підприємствах України під час формування звітності, планів, досить часто спостерігається навмисне приховування інформації, що гальмує управлінські процеси загалом, що викликає незрозумілість завдань тощо); виконання посадених функцій відповідно до посади (технічним розвитком мають займатися лише спеціально призначені, компетентні люди так, щоб не виникало дублювання їх функцій з іншими фахівцями підприємства) [5].

Сьогодні на більшості українських підприємств майже відсутня система управління ефективністю. Реагування на зміни зовнішнього середовища відбуваються хаотично, неконтрольовано, хоча підприємство повинно керувати усіма процесами діяльності, виявляючи при цьому внутрішні потенційні можливості для адаптації із зовнішнім середовищем. Підприємства ж використовують лише короткострокове планування. Це пояснюється відсутністю стратегічного потенціалу, належного фінансування, підтримки підприємницької діяльності з боку держави тощо. Тільки незначна кількість підприємств може похизуватись сучасною стратегічно орієнтованою організаційною системою управління та передовими технологіями інформаційного забезпечення щодо стану науково-технічного прогресу. Матеріально-технічне забезпечення має дуже великий ступінь зношення, фізично та морально застаріле, що також не сприяє побудові успішної системи управління.

У зв'язку з підвищенням ролі управління ефективністю підприємств необхідно провести певні структурні зміни у їх діяльності: впровадження прогресивної технології, механізацію та автоматизацію виробництва; модернізацію основних фондів; підвищення професіоналізму персоналу; зниження витрат ресурсів тощо. Для цих змін мають бути складені відповідні плани: план оновлення обладнання, план

технічного переозброєння підприємства, план-графік виконання робіт щодо модернізації основних фондів підприємства і т.ін. Також слід забезпечити на державному рівні залучення національного капіталу в інноваційну діяльність вітчизняних підприємств, отримання певних дотацій, субсидій, системи пільг, залучення закордонних інвестицій, підтримку пріоритетних напрямків науково-дослідної роботи. У межах підприємств необхідно визначити пріоритетні напрями техніко-технологічного розвитку, скласти

його прогнози; створювати на їх основі програми, проекти розвитку; забезпечити роботу відповідних структурних підрозділів і функціонування фінансово-організаційного механізму їх діяльності. І, найголовніше, необхідно створити систему ефективного менеджменту, яка б вирізнялась компетентними керівниками і якісними спеціалістами, що забезпечило б безперервний і планолюбний процес технічного розвитку підприємства.

Список літератури

1. Карпей, Т. В. Экономика, организация и планирование промышленного производства [учебное пособие] / Т. В. Карпей. – изд. 4-е испр. и доп. – Мн.: Дизайн ПРО, 2004. – 328 с.
2. Данилюк, В. О. Загальні проблеми стратегічного управління технічним розвитком підприємств України [Електронний ресурс] / В. О. Данилюк. – Режим доступу: http://www.lib.nau.edu.ua/Journals/3_27_2010/Daniluk.pdf.
3. Литвиненко, О. Д. Проблеми щодо оцінки ефективності управління підприємством. [Електронний ресурс] / О. Д. Литвиненко, А. І. Філіпова. – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=39859>.
4. Сочівець О. П. До проблеми оцінювання ефективності управління підприємством / О. П. Сочівець // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки – 2009. – №27. Розділ II – Економіка й управління підприємствами та національним господарством. – С. 25-28.
5. Лапан, О. В. Проблемы внедрения стратегического управления в практику украинских предприятий [Електронний ресурс] / О. В. Лапан. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/25_DN_2008/Economics/28546.doc.htm.
6. Селезньова, Г. О. Стратегія підприємства [Текст]: навч. пос. / Г. О. Селезньова. – Харків: ХНЕУ, 2007. – 240 с.

РЕЗЮМЕ

Северина Светлана

Современные проблемы управления эффективностью на украинских предприятиях

В статье исследованы наиболее распространённые проблемы, которые лежат в основе управления эффективностью; сделано акцент на необходимости решения данных проблем; сделаны предложения для дальнейшего внедрения системы управления эффективностью предприятия.

RESUME

Severyna Svitlana

Modern problems of performance of management in Ukrainian enterprises

In the article the most common issues that are on the bases of management of efficiency are determined. There has been emphasized the necessity of solution of these problems. The suggestions for the further implementation of a performance management system of the enterprise are defined.

Стаття надійшла до редакції 22.01.2013 р.

Ірина СЕДІКОВА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та логістики,
Одеська національна академія харчових технологій

Олеся КИЛИНЧУК

аспірантка,
кафедра маркетингу та логістики,
Одеська національна академія харчових технологій

ПРОБЛЕМИ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ З ВИРОБНИЦТВА СОКІВ

У статті розглянуто методи просування продукції підприємств з виробництва соків. Проаналізовано ринок галузі, виявлено основні тенденції та перспективи розвитку. Запропоновано впровадження системи просування продукції на засадах аутсорсингу.

Ключові слова: система просування продукції, виробництво соків, аутсорсинг, підприємства-виробники.

У сучасних умовах економічний розвиток та жорстка конкуренція вимагає від підприємств харчової промисловості високої гнучкості, прискорення темпів інноваційної діяльності, сучасних механізмів організації управління. Постійні зміни внутрішнього та зовнішнього середовища викликають певні труднощі у функціонуванні підприємств. Уникнути цього можуть лише ті з них, які ведуть свій бізнес максимально ефективно та досягають мінімізації своїх витрат при збереженні високої якості товарів. Одним із сучасних інструментів ведення бізнесу є аутсорсинг. Аутсорсинг – це стратегія управління підприємством, вид партнерських стосунків, який передбачає реструктуризацію внутрішньо корпоративних процесів та зовнішніх відносин підприємства.

Метою статті є дослідження стану ринку сокової продукції та методів просування. Проблеми просування продукції досліджувалися у наукових працях зарубіжних та українських науковців: Ж. Бравара, Є. Голубкова, М. Доннеллана, К. Ендрейда, Г. Кассіди, Л. Лігоненко, Р. Моргана, Б. Пьячо, Є. Попової, В. Семесько, Т. Фрідмана, Ю. Фролова, Дж. Хейвуда, Р. Чапмена та ін. Застосування нових елементів технологій управління підприємствами призвело до появи нового терміна «аутсорсинг», що стало предметом дискусії у наукових так бізнес-колах. Публікації в цій області мають організаційно-комерційну спрямованість, таким чином, необхідність вивчення, узагальнення та розвиток теоретичних положень системи просування продукції з виробництва соків на засадах аутсорсингу визначають актуальність теми дослідження, його теоретичне та практичне значення.

У науковій літературі є різні трактування поняття «просування продукції». На думку Є. Попова, просування продукції – «...це будь-яка форма дій, яка використовується підприємством для інформації, переконання і нагадування споживачам про свої товари, послуги, ідеї, громадську діяльність» [5, с. 7]. Є. Голубков під просуванням продукції розуміє «...сукупність різних видів діяльності з доведення інформації про переваги продукту до потенційних споживачів і стимулювання виникнення у них бажання його купити». Спираючись на ці міркування, доходимо висновку, що у цих

визначеннях наведено лише деякі функції просування як цілісного процесу з планування, просування, аналізу ринку споживачів, конкурентів. Недоліки цих визначень вбачаємо у відсутності управлінської природи і критеріїв просування продукції. Крім того, останнє насамперед уявляємо як вид діяльності з доведення інформації про переваги продукту до потенційних споживачів, а головне в цій діяльності – це доведення фізичних обсягів продукції до споживача. Цей аспект просування продукції зазначений Л. Басовським. Він розглядає це як «...планування, здійснення і контроль фізичного переміщення товарів від місць їх походження до місць використання» [1]. Однак у цитованому визначенні не виділяється цільова спрямованість просування. Цей недолік усунено в іншому визначенні, в якому зазначено, що рух товару – це діяльність «...з планування, реалізації та контролю фізичного переміщення продукції від місць її виробництва до місць продажу і передачі права власності на товар з метою задоволення потреб споживачів і вигоди для постачальника» [3, с. 150]. Таким чином, ми можемо констатувати, що тут виділено два критерії просування продукції, а саме – задоволення потреб споживачів і вигода для постачальника.

У науковій літературі, крім поняття «просування», вживається поняття «маркетингові комунікації». Ф. Котлер, К. Келлер розуміють під маркетинговими комунікаціями засоби, за допомогою яких підприємства намагаються інформувати, переконувати і нагадувати споживачам безпосередньо або побічно про свої товари і торгових марках [2, с. 571]. Б. Соловйов розуміє під просуванням звернення виробника до споживача з метою презентувати продукцію компанії в привабливому для цільової аудиторії вигляді. Він вказує, що процес комунікації – механізм просування [6, с. 105]. У зазначених трактуваннях поняття «просування» і «комунікація» визначаються нечітко і перетинаються. Очевидно, що комунікація, як і просування, є процесом, а не тільки засобом нагадування підприємством споживачам про свою продукцію. З нашої точки зору, при просуванні продукції використовується система маркетингових комунікацій.

Критичний аналіз наукової літератури дав змогу

зробити висновок, що не звертається належна увага на розгляд важливості ролі і соціально-економічного значення організації просування товарів і її впливу на діяльність підприємств-виробників і споживачів товарів. Наприклад, Р. Панікіна і Є. Мазилкіна вважають, що «роль просування полягає у налагодженні комунікацій з окремими особами і групами людей з допомогою прямих і непрямих коштів з метою забезпечення продажів продуктів...» [4, с. 7]. На наш погляд, роль просування для підприємства-виробника полягає в мінімізації витрат на зберігання і транспортування запасів готової продукції, підвищення прибутку від її продажу. Роль просування для споживачів полягає у своєчасному отриманні продукції, що дозволяє використовувати її для виконання своїх виробничих завдань і отримання насамкінець прибутку.

Таким чином, ефективна організація просування продукції позитивно позначається на діяльності її виробників і споживачів. Основна мета підприємств-виробників – виробництво продукції і її продаж споживачам відповідно до їх платоспроможного попиту. Щоб досягти зазначеної мети, виробникам продукції необхідно організувати виробництво продукції не лише відповідно до потреб і платоспроможного попиту споживачів, але і побудувати ефективну систему просування продукції до споживачів. Таким чином, побудова системи просування продукції є основним завданням підприємств-виробників, а система просування продукції – найважливіший елемент системи управління підприємства-виробника і його маркетингової підсистеми.

Одним із перспективних напрямів розвитку системи просування продукції для підприємств-виробників є аутсорсинг. Суть концепції аутсорсингу полягає в передачі виконання частини функцій підприємства спеціалізованим виконавцям для забезпечення стратегічних переваг. Однак деякі вчені тлумачать аутсорсинг як передачу організацією певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншої компанії, що спеціалізується у відповідній області.

Аутсорсинг активно запроваджується в західній бізнес-практиці й поступово набуває популярності серед вітчизняних підприємств. Але відсутність єдиного

підходу до тлумачення цього досить нового поняття серед вітчизняних науковців створює низку проблем, пов'язаних із подальшою теоретичною розробкою концепції аутсорсингу як ефективного інструмента вирішення прикладних завдань на сучасному етапі розвитку економіки [7].

Аутсорсинг є стратегією управління підприємством, а не просто видом партнерських взаємин, оскільки передбачає певну реструктуризацію внутрішньокорпоративних процесів та зовнішніх відносин підприємства. У західній науковій та бізнес-літературі наведені принципово різні визначення аутсорсингу. Як справедливо зазначають американські економісти Р. Чампен і К. Ендрейд, цей термін використовується як «парасолька для визначення різноманітних напрямів ділової активності». Узагальнюючи існуючі погляди науковців на проблеми аутсорсингу, ми розуміємо бачення сутності аутсорсингу як: передавання непрофільних функцій стороннім організаціям; способу взаємодії між господарськими суб'єктами; стратегії управління підприємством [7].

Український ринок соків і сокових напоїв в останні роки динамічно розвивається. В Україні діє 78 підприємств-виробників сокової та соковмісної продукції. 6 з них займаються виготовленням сокової продукції дитячого харчування, 2 – виготовленням концентрованих соків, 1 – сухих фруктових концентратів, 69 – сокової продукції загального призначення. Ємність внутрішнього ринку України близько 500 – 550 млн. літрів. Основну частку виробництва сокової продукції (більше 44 %) складають купажовані соки. Об'єм світового виробництва плодкових соків оцінюється в 30 млрд. літрів на рік при обігу вище 30 млрд. доларів. Ринок не насичений, оскільки споживачами соку є менше 50 % населення України. Водночас об'єми споживання на душу населення значно нижчі за показники більшості європейських країн. Середньостатистичний українець споживає близько восьми літрів соків на рік, тоді як росіянин – 12, європеєць – 30, а американець – 60 літрів. Обсяг виробництва щорічно зростає на 10 – 40 %, а експорт збільшується в середньому на 45 %.

Таблиця 1. Виробництво фруктових та овочевих соків в Україні, 2005 р. – 2011 р.*

Найменування	Роки						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Соки натуральні (разом із апельсиновим), тис. т	288	319	447	421	292	309	302
Соки купажовані натуральні, тис. т	246	319	467	446	346	373	330
Соки концентровані, разом із купажованими, крім томатного соку, тис. Т	74,1	57,8	100,0	52,4	72,4	67,3	77,9
Виробництво соків натуральних на одну особу, л	35,9	37,7	42,0	37,3	32,0	32,3	31,6

*За даними Держжкомстату України

Однак однією з найбільш актуальних проблем галузі є дефіцит вітчизняної сировини для виробничих потреб, створення та просування торгових марок до кінцевого споживача. Підприємства змушені шукати нових постачальників сировини (сокових концентратів) по всьому світу, питома вага якого в структурі виробництва українських соків складає біля 80 %, що призводить до великої залежності від імпорту. Для вітчизняних виробників соків і сокових напоїв існує значний потенціал, використання якого обмежується такими чинниками, як низький рівень купівельної спроможності українських споживачів та зростання

рівня конкурентної боротьби на цьому сегменті товарного ринку.

Основними місцями продажу соків є стаціонарна торгова мережа (магазини усіх типів та ринки) та напівстаціонарна торгова мережа (палатки, кіоски та павільйони). Найбільш потужними реалізаторами соків у містах є мережі великих супермаркетів «Велика кишеня», «Фуршет», «МЕТРО», «Сільпо», «Екомаркет» та інші. У наш час відбувається жорстка конкуренція «за місця на полиці» у вищезгаданих супермаркетах. Сокові компанії та їх дистриб'ютори вже почали мерчандайзингові дії і тим самим забезпечують собі

великими торгівельними точками додаткове та потужне джерело доходу. На жаль, спеціалізованих сокових магазинів, де був би репрезентований широкий асортимент соків і фруктів вітчизняних та зарубіжних переробних підприємств, в Україні ще немає, хоча в багатьох європейських країнах вони уже існують років п'ять. Продаж соків і напоїв через автомати теж не популярні в Україні. Цей сегмент у нас більше розвинений для гарячих напоїв: чаю, кави [8].

Проведені дослідження дають змогу стверджувати, що сучасні ринкові умови вимагають переорієнтації підприємств з виробництва соків на маркетингові принципи. Застосування концепції маркетингу дає змогу створити ефективну основу управлінської, господарської і виробничо-збутової діяльності

підприємства як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках. Узагальнення думок вчених дало можливість сформувати визначення просування, складової частини маркетингової діяльності підприємства, яка складається з цілісного процесу доведення продукції до кінцевого споживача шляхом використання маркетингових заходів щодо вивчення потреб, стимулювання попиту на продукцію підприємства на засадах аутсорсингу та отримання прибутку. Визначено, що до найбільш актуальних проблем сокової галузі належать: питання розвитку сировинної бази; підвищення якості сокової продукції; формування ефективної цінової політики підприємств; просування продукції до кінцевого споживача.

Список літератури

1. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://delovoyimir.biz/ru/articles/view/?did=10840>. – Загол. з екрану
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2006, – 578 с.
3. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – 2-е издание. – М.: Финпресс, 2000.
4. Паничкина Г. Г. Система продвижения товара или Promotion-технологии от А до Я / Г. Г. Паничкина, Е. И. Мазилкина. – Альфа-Пресс. 2006
5. Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг / Е. В. Попов. – М: Финансы и статистика. 2002. – 320 с.
6. Варналій З. С. Мале підприємство: основи теорії і практики / З. С. Варналій – К.: Т-во «Знання», 2003. – 2-е вид., випр. і доп. – 302 с.
7. Микало О. І. Підходи до визначення терміна аутсорсинг / О. І. Микало // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – Київ. 2010 р.
8. [Електрон. ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Oif_apk/2010_1/26_Meln.pdf. – Загол. з екрану.

РЕЗЮМЕ

Седикова Ирина, Киличук Олеся

Проблемы продвижения продукции предприятий по производству соков

В статье рассмотрены методы продвижения продукции предприятий по производству соков. Проанализирован рынок данной отрасли, выявлены основные тенденции и перспективы развития. Предложена система продвижения продукции на принципах аутсорсинга.

RESUME

Sedikova Iryna, Kylynychuk Olesya

Problems of product promotion of juice production enterprises

The article describes the methods of promotion of products of juice production enterprises. There has been analyzed the market of this industry. The main trends and prospects are identified. The system of promotion of products on the principles of outsourcing is proposed.

Стаття надійшла до редакції 08.02.2013 р.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ Внеску ПЕРСОНАЛУ В КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядаються підходи до визначення внеску персоналу в конкурентоспроможність підприємства. Проаналізовано теорії управління людськими ресурсами. Визначено фактори впливу персоналу на підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах.

Ключові слова: управління, персонал, конкурентоспроможність, підприємство.

Здійснення підприємством випуску продукції, яка була б конкурентоспроможною на ринку, залежить не лише від технічного оснащення підприємства, наявності сучасних технологій, чітко поставленої системи контролю якості продукції, маркетингових досліджень ринкового середовища та послідовного впровадження концепції просування товарів на ринок, а й від кваліфікації персоналу підприємства та ефективного управління ним. Управління персоналом набуває дедалі більшого значення як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства, досягнення успіху в реалізації його стратегії розвитку.

Аналіз робіт вітчизняних науковців, серед яких Виноградський М. Д., Данюк В. М., Дятлов В. А., Єгоршина А. П., Крушельницька О. В., Колот А. М., Кібанов А. Я., Маслов Є. В., та зарубіжних науковців доводить, що управління персоналом – це діяльність, що спрямована на досягнення найбільш ефективного використання працівників для досягнення цілей підприємства та особистісних цілей. Перші традиційно пов'язуються із забезпеченням ефективності підприємства, причому ефективність іноді розуміється у вузькому значенні – як отримання максимального прибутку. Однак дедалі частіше ефективність розглядається не тільки в економічному плані – як економічність, якість, продуктивність, нововведення, прибуток, а й у більш широкому контексті й пов'язується з такими поняттями особистісного, психологічного плану, як задоволеність співробітників своєю працею, участю у житті колективу підприємства, високий рівень самооцінки колективу, мотивація персоналу до ефективної праці. Але в цих працях недостатня увага зверталась на питання комплексного використання персоналу.

Залишається малодослідженим питання комплексного характеру використання персоналу та його вплив на конкурентоспроможність.

Метою статті є опрацювання сучасних підходів до визначення важливості внеску персоналу в конкурентоспроможність підприємства в сучасних умовах.

У 90-х роках ХХ ст. змінились підходи світових фірм до концептуальної моделі управління у сфері управління персоналом. Останній почав розглядатись як основний ресурс фірми, який визначає насамперед її конкурентоспроможність.

На зміну теорії, яка розглядала персонал як витрати (старий підхід), які необхідно скорочувати, з'явилась теорія управління людськими ресурсами (новий підхід),

відповідно до якої персонал є одним з ресурсів фірми, яким необхідно вміло керувати, створювати умови для його розвитку, вкладати капітал. Особливості цих теорій наведені в таблиці 1.

На сучасному етапі основними факторами конкурентоспроможності підприємства стали забезпеченість кваліфікованою робочою силою, ступінь її мотивації, розподіл відповідальності і форми роботи, яка визначає ефективність використання персоналу. Нові підходи у роботі з персоналом орієнтовані на комплексний характер його використання, більш широке використання елементів планування і нормування трудових витрат, застосування індивідуальних форм роботи, збільшення засобів, що виділяються на мотивацію та іншу роботу з кадрами.

Виявлено, що в сучасних умовах ще недостатньо використовуються творчі здібності людини, поза увагою залишаються соціальні цілі – досягнення заданого ступеня задоволення соціальних потреб працівників: нормальні умови праці (дотримання норм умов праці, правова захищеність, забезпечення соціальної інфраструктури та ін.); мотивація праці (оплата праці, стимулювання творчості, реалізація кар'єри та ін.).

Закордонні спеціалісти, звертаючи увагу на стиль керівництва персоналом, виділяють недоліки авторитарного стилю і переваги так званих кооперативних стилів. Вони пропонують два підходи до виконання функцій управління персоналом: старий «Локомотив для досягнення цілей» і новий «Згуртованість колективу як більш продуктивного».

Провідний німецький спеціаліст в області управління персоналом І. Хентце сформулював загальну концепцію і підхід до структуризації функціонального поділу праці в області управління персоналом і виділив наступні функціональні блоки:

- визначення потреби в персоналі;
- забезпечення персоналом;
- розвиток персоналу;
- використання персоналу;
- мотивація результатів праці і поведінки персоналу;
- правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом.

За даними Асоціації консультантів з економіки та управління (АКЕУ), виділяють три рівні розуміння причин низької конкурентоспроможності підприємств керівниками.

На першому рівні керівники пояснюють низьку

конкурентоспроможність підприємства несприятливими умовами зовнішнього середовища (високі податки і темпи інфляції, економічна нестабільність і т. п.) або

недоліками внутрішнього середовища (нестача фінансових засобів, технологічна відсталість, погана організація виробництва і управління і т. п.).

Таблиця 1. Особливості теорій управління персоналом

Старий підхід	Новий підхід
1. Низька якість – це наслідок поганої діяльності людей. Ключем до гарної якості є автоматизація.	1. Низька якість – це наслідок незадовільного керівництва людьми. Ключем до гарної якості є повага, визнання людей.
2. Гарна «трудова мораль» – національна особливість.	2. Гарна «трудова мораль» не є національною особливістю.
3. Краща якість потребує значних витрат.	3. Краща якість приносить великий прибуток. Наша ціль – гарна якість.
4. Якість результату забезпечується наступним контролем.	4. Якість результату планується. Якщо є відхилення, процес дослідження змінюється або повністю поновлюється.
5. Контроль якості – задача спеціального підрозділу (спеціаліста), яке тільки реєструє факти.	5. Забезпечення якості – завдання кожного працівника. Загальне управління якістю об'єднує необхідні функції працівників системи загалом.
6. Прибуток первісний, якість вторинна. У зацікавленості прибутком витрати на якість необхідно знижувати до мінімуму.	6. Інвестиції у забезпечення якості – гарантія прибутку на перспективу. Збитки через брак вищі, ніж економія на якості аналізу.
7. Знайди помилку і зафіксуй її. Застосовуй багаторазовий контроль.	7. Спочатку роби добре. Отримана спочатку гарна якість – безкоштовна.
8. Купуйте дешевше у продавця. Конкуренція між продавцями знижує витрати.	8. Якість і надійність повинні бути основними аспектами купівлі. «Ми не настільки багаті, щоб купляти дешеві речі».
9. Використовуй працю вузькоспеціалізованих працівників.	9. Працівники повинні володіти широкою спеціалізацією.
10. Недоліки якості приховуються керівництвом.	10. Керівництво постійно співпрацює з підлеглими задля попередження недоліків.
11. За якість відповідають підлеглі.	11. Система керівництва – причина більшості недоліків в області якості.
12. Статистика – ексклюзивний засіб спеціалістів по забезпеченню якості. Контрольні карти використовуйте для виявлення дефектів.	12. Кожен працівник ознайомлений з статистичним обґрунтуванням регулювання якості, що сприяє виявленню та усуненню проблем.

Другий рівень розуміння керівниками цих проблем пояснює їх існування здебільшого відсутністю перспективного бачення, обумовленого поганим знанням ринку, факторів, які визначають конкурентні переваги підприємств, недостатнім рівнем кваліфікації і т. ін.

До третього рівня розуміння відносять страх втрати роботи та особисті властивості, якості, які впливають на виконання певної професійної ролі.

Таким чином, сучасна практика управління персоналом оперує трьома основними факторами: людьми, фінансовою політикою, технікою і технологією. На перше місце ставиться праця людей, тобто людський фактор, ефективна активність людей, на яку впливають навколишнє середовище, потреби, інтереси, хвилювання і т.п. Неувага до проблем працівників веде до конфліктів, плинності кадрів, зниження якості продукції і продуктивності праці, а загалом сприяє зниженню ефективності управління фірмою і відповідно сприяє утраченню нею конкурентоспроможності.

До складових людського фактору дослідники відносять:

- рівень кваліфікації працівників;
- рівень професійної і загальної підготовки людини;
- виробнича ініціатива;
- громадянська відповідальність;
- соціальна активність;
- стан здоров'я, фізична підготовка.

Розуміння того, що кваліфікація працівників і їх бажання добре працювати стає головною продуктивною силою і рушійним початком, спричинило переорієнтацію стратегії управління фірмою на мотивацію праці, на освіту, на розвиток ініціативи і винахідливості персоналу.

Творчі здібності людини вивляються через її компетенцію, до складу якої входять:

- здібності (рівень освіти, обсяг знань, професійні навички, досвід роботи в певній сфері і т.п.);
- особистісні властивості (ініціативність, комунікабельність, надійність тощо);
- мотивації (коло професійних і особистих інтересів, прагнення зробити кар'єру).

Компетенція – категорія дуже динамічна, яка постійно розвивається. Вона може значно піднятися шляхом постійного і/чи самостійного навчання і особливо мотивацією.

У сучасних умовах глобалізації необхідна гнучка система управління фірмою. Ефективне управління персоналом передбачає зміцнення матеріального стимулювання, поєднання звичайної заробітної плати з участю працівників у прибутку (доході), що отримує фірма загалом, це дозволить на 10-40% знизити частку витрат на заробітну плату і вартість продукції. Службова кар'єра працівника залежить від успішного і якісного виконання своїх професійних обов'язків у якості члена команди. При цьому рішення про

просування працівника спирається, як правило, на три оцінки: самого працівника; безпосереднього керівника; керівництва вищих рівнів, яке репрезентує інтереси фірми загалом.

Важливою задачею управління персоналом фірми є регулярна оцінка його діяльності. Оцінка результативності праці персоналу має наступні цілі:

- підвищення ефективності роботи персоналу;
- призначення адекватної винагороди за роботу персоналу;
- прийняття рішення, пов'язаного з трудовою кар'єрою працівника.

Концепція оцінки праці персоналу фірми базується на тому, що в якості критеріїв оцінки беруть участь показники, які оцінюють рівень компетенції працівника (якість роботи, її обсяг, ініціативність, комунікабельність, надійність).

Результат праці керівника, як правило, відображається в підсумках роботи фірми: у зростанні прибутку, частки на ринку, зростанні кількості клієнтів, покращенні соціально-економічних умов праці працівників (наприклад, зростання оплати праці за збільшення трудового внеску і т.п.)

Результати праці спеціалістів визначаються за обсягом, якістю, своєчасністю, повнотою виконання закріплених за ними посадових обов'язків.

Ефективне управління фірмою, структурним підрозділом передбачає насамперед раціональне використання робочого часу.

Робочий час – це важливий, дефіцитний та невідновний ресурс, а тому кожен працівник, який бажає покращити свою роботу, повинен періодично аналізувати рівень використання і витрат робочого часу.

На ефективність використання робочого часу впливає безліч факторів, серед яких, наприклад, такі:

- рівень нормування витрат робочого часу за видами робіт;
 - організація праці і техніка особистої роботи;
 - режим роботи, забезпеченість усім необхідним (особливо інформацією) робочого процесу;
 - ергономіка праці та технічна естетика, організація робочого місця, освітлення, повітряний обмін.
- Моральна та матеріальна мотивація праці – це

процес створення стимулів для досягнення поставленої цілі працівниками (індивідуальна мотивація) і колективами (групова мотивація). В основі мотивації лежать потреби – внутрішнє спонукання до дії, яке властиве кожній людині. Але всі ці дії відбуваються в умовах обмежень, пов'язаних з можливостями людини і його компетенцій. У кожній організації, у тому числі і у фірмі, обмеження визначаються, по-перше, місцем, яке працівник займає в організаційній структурі, і по-друге, його кваліфікацією.

Наявність потреби у кадрах і обмежень на їх задоволення створює внутрішній конфлікт працівника, розв'язати який покликана мотивація.

Для переважної більшості працівників через сучасні умови, які склалися у нашій країні, головним методом мотивації є справедлива оплата праці. Відповідно, на перший план висувається проблема створення адекватної системи оплати праці.

Таким чином, у результаті дослідження особливостей теорій управління персоналом були виявлені переваги та недоліки їх застосування на підприємстві. Визначено, що на підвищення конкурентоспроможності підприємства впливає забезпеченість кваліфікованим персоналом, ступінь його мотивації розподіл відповідальності і форми роботи, яка визначає ефективність використання персоналу. На сучасному етапі необхідно звернути увагу, що нові підходи у роботі з персоналом орієнтовані на комплексний характер його використання, більш широке використання елементів планування і нормування трудових витрат, застосування індивідуальних форм роботи, збільшення засобів, що виділяються на мотивацію та іншу роботу з кадрами. Упровадження 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, що надасть змогу ще більше закріпити свою позицію на ринку, відкриє нові горизонти для розвитку і, як наслідок, підвищить конкурентоспроможність 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. Дмитренко Г. А. *Мотивация и оценка персонала: учеб. пособие* / Г. А. Дмитренко, Е. А. Шаранова, Т. М. Максименко. – К.: МАУП, 2002. – 248 с.
4. Егоршин А. П. *Управление персоналом: учебник для вузов* / А. П. Егоршин. – Н. Новгород: НИМБ, 2003 – 699 с.
5. Крушельницька О. В. *Управління персоналом: навчальний посібник* / О. В. Крушельницька, Д. П. Мельничук. – К., 2005. – 308 с.
6. Качалина Л. Н. *Конкурентоспособный менеджмент* / Л. Н. Качалина. – М. : Из-во Эксмо, 2006. – 464 с.
7. Маслов Е. В. *Управление персоналом: учебное пособие* / Е. В. Маслов. – М. : ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 2003. – 312 с.
8. *Менеджмент персоналу: навч. посіб.* / В. М. Канюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. – К.: КНЕУ, 2006. – 398 с.
9. Савельев В. С., Еськов О. Л. *Управління персоналом* / В. С. Савельев, О. Л. Еськов. – К.: Професіонал, 2005. – 335 с.
10. *Управління персоналом: навч. посібник* / Виноградський М. Д., Беляєва С. В., Виноградська А. М. та ін. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 504 с.
11. Хигир Б. *Нетрадиционные методы подбора и оценки персонала* / Б. Хигир (2-е изд.). – М. : Управление персоналом, 2003. – 448 с.

РЕЗЮМЕ

Сивашенко Татьяна

Подходы к определению значения вклада персонала в конкурентоспособность предприятия

В статье рассматриваются подходы к определению вклада персонала в конкурентоспособность предприятия. Проанализированы теории управления человеческими ресурсами. Определены факторы влияния персонала на повышение конкурентоспособности предприятия в современных условиях.

RESUME

Sivashenko Tetyana

Approaches to determination of the contribution of staff in the competitiveness of enterprises

The article examines the approaches to determine the contribution of staff in competitiveness. The analysis of the theory of human resource management is conducted. Factors that influence staff enterprise increase on the competitiveness in the modern world are determined.

Стаття надійшла до редакції 06.03.2013 р.

Наталія СКРИГУН

кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

Марія КОЧМАРУК

Національний університет харчових технологій

Катерина СЕМЕНЕНКО

асистент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

АНАЛІЗ СПОЖИВЧИХ МОТИВАЦІЙ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ПРАКТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано основні мотиви та мотивацію потенційних споживачів. Розглянуто теорії мотивації, найбільш прийнятні для використання у практичній діяльності підприємств з точки зору маркетингу, та визначено способи їх застосування у маркетинговій діяльності задля підвищення її ефективності.

Ключові слова: мотив, мотивація, потреба, поведінка споживача, теорії мотивації.

Дослідження та аналіз мотивації поведінки споживачів необхідні при здійсненні комерційної діяльності організаціями, які виробляють та реалізують товари і послуги, для підвищення конкурентоспроможності на ринку, розширення клієнтської бази та розвитку механізму роботи зі споживачами і т.п.

У зв'язку з цим зростає важливість комплексних психологічних досліджень поведінки споживачів. Для їх проведення в маркетингу були розроблені різні теорії, спрямовані на пояснення і передбачення поведінки людини на ринку, а також забезпечення методологічної структури всебічного аналізу.

Загалом багато вітчизняних і зарубіжних вчених працювали і працюють над дослідженням процесу мотивації споживача, зокрема: Альошина І. В., Аткінсон І., Козирев А. А., Котлер Ф., Костіна Г. Д., Мак Гіра В., МакКлеланд Д., Маслоу А., Наумов В. М., Рубенштейн С. Л., Соломон М., Сендидж С., Фестінгер Л., Фрейд З., Шварц Д. та інші. Попри наявність великої кількості теоретичних напрацювань у сфері ефективної мотивації споживачів, існує потреба в систематизації різних підходів до неї відносно соціальних, культурних та етнічних особливостей.

Мета роботи полягає в дослідженні основних факторів, які впливають на мотивацію споживача, та вивченні мотиваційних теорій, які застосовуються в маркетинговій практиці задля формування ефективної політики просування.

Відомо, що саме на мотивації ґрунтується поведінка людини, вона формується під впливом свідомих та несвідомих потреб, які набувають вияву фізіологічних, культурних, емоційних та інтелектуальних аспектів життя, які потрібно задовольнити.

Мотиви підпорядковані нашим відносинам, нашій постійній психологічній схильності діяти певним чином, сприймати щось задане в будь-яких умовах: ми щось приймаємо і щось не приймаємо [2].

Доведено, що при виборі товару найважливішими факторами впливу є мотиваційний та психологічний. Тому виділено декілька головних мотивів, якими

керуються потенційні споживачі: користі, забезпечення стабільності, самоствердження, комфорту, розвитку, підтримки, ностальгії.

Звичайно, кожна людина – це окрема особистість, тому у кожного індивіда мотиви набувають різних виявів та обумовлюються різними потребами. Вважаємо, що під час проведення маркетингових досліджень, спрямованих на встановлення мотивів та мотивації, необхідно враховувати таке:

- потреби людини обґрунтовані. Вони можуть бути раціональними або ірраціональними, головне – зрозуміти справжні причини виникнення цих потреб. Найчастіше фізіологічні потреби є раціональними та найбільш обґрунтованими. Серед емоційних потреб найчастіше зустрічаються ірраціональні, такі потреби індивідуальні і іноді складно піддаються розумінню, часто вони ґрунтуються на підсвідомих мотивах;
- потреби повсякчас змінюються, зокрема при зміні стилю та умов життя. Найчастішою причиною зміни потреб є зміна доходу людини. При зменшенні доходу людина звужує коло потреб до мінімально необхідних, і це відбувається підсвідомо, мозок адаптується до умов життя, щоб мінімально травмувати особистість. При збільшенні доходу виникають нові емоційні, культурні та інтелектуальні потреби. Також змінюються фізіологічні потреби, вони спрямовуються уже не стільки на забезпечення життєдіяльності, скільки на підтримання особливого статусу та іміджу;
- люди купують не товар, а користь, яку він принесе при володінні ним, тому купівля того чи іншого товару або послуги є способом самовираження, вияву індивіда в суспільстві. Певні речі або послуги купуються не завжди для їхнього прямого використання. Найяскравіший приклад – іміджеві товари, які мають ті ж прямі споживчі властивості, як і аналоги, але коштують на порядок дорожче, часто через те, що оздоблені цінними металами чи камінням, які не роблять їх більш функціональними.

Погоджуємося з думкою Джека Траута: «Ви не зможете змінити свідомість, коли вона вже сформувалась. Це теж саме, що атакувати добре закріплене на своїх позиціях вороже військо» [6]. Тобто якщо думка потенційного споживача уже склалася про певний продукт, то змінити її практично неможливо. Доведено, що змінити сприйняття людини можна у негативному напрямку, а от якщо думка про об'єкт була поганою, то реабілітувати її практично неможливо.

Часто на сприйняття певних речей на людину більше впливає чужа масова думка, ніж особистий досвід та переконання. Цей факт довів Соломон Аш ще у 1953 році. Він провів експеримент, який продемонстрував присутність конформізму у людській природі. Суть експерименту полягала в тому, що певній аудиторії людей запропонували перевірити зір, для чого провели кілька простих експериментів. Спочатку кожному показували малюнки та ставили елементарні запитання. Основою експерименту слугувало те, що всі учасники, крім одного, були підставними. Головним їх завданням було одночасно дати неправильну відповідь на чергове питання з передбачуваною відповіддю. Дослід мав показати, чи піде одна людина проти натовпу, чи буде відстоювати свою думку, якщо повністю впевнена в відповіді. Результати показали, що 32% випробуваних не пішли проти волі більшості при відповіді на очевидне питання. Якщо ж ставилося не настільки легке питання, то відсоток значно зростав [3].

У 1991 році Л. С. Рябінський запропонував декілька основних підходів до вивчення мотивації поведінки споживачів – економічний, маркетинговий та економіко-психологічний. За економічним підходом людина розглядається як раціональна та економічна істота, основним стимулом діяльності якої є максимізація доходу та корисності. Проте цей підхід критикується багатьма вченими, тому що, на їхню думку, не пояснює реальних причин поведінки споживача [5].

Якщо розглядати маркетинговий підхід, то дослідження поведінки споживачів спрямовані на вирішення практичних задач. Одним з найважливіших завдань є нарощування збуту певних товарів із застосуванням різних методів та способів психологічного впливу. У цьому підході в якості пояснювального принципу при вивченні детермінант активності споживачів використовується психологічна теорія, яка спирається на мотиваційні дослідження поведінки споживачів у межах психоаналізу та як інформаційного процесу. Великий внесок у розроблення проблеми поведінки споживачів у маркетингу внесли американські вчені, а саме Блекуал Д., Мініард П., Нікосіа Ф., та Шет Дж.

Маркетингові моделі мають явні переваги, але, як вважається, обмежену практичну цінність, оскільки є надто формальними, абстрагованими від реальності, громіздкими, а також складними для емпіричної перевірки. Головним недоліком є те, що у моделях не враховується активне ставлення людини до ринку, тому детермінанти поведінки репрезентовані в них неоднозначно.

Дослідивши сучасні маркетингові роботи, у яких проводяться дослідження мотивації поведінки споживачів, вважаємо за необхідне виділити два основних напрями. Перший досліджує загальні закономірності мотиваційних комплексів, які не залежать від особистісних характеристик окремих людей. Другий – індивідуальні відхилення в процесі

мотивації і фактори, що розкривають ці відмінності. Маркетингові дослідження мотивації поведінки споживачів відрізняються практичним характером і вузькою спрямованістю досліджень. Для обґрунтування поведінки споживачів у наш час найширше використовуються теорії мотивації Аткинсона І., Мак Гіра В., МакКлеланд Д., Маслоу А., Фестінгер Л., Фрейда З., Шварца Д., психоаналітичні теорії (Альошина І. В., Козирев А. А., Котлер Ф., Костіна Г. Д., Наумов В. М., Соломон М. та ін).

У зарубіжній економічно-психологічній літературі вивчення поведінки споживачів є однією з основних галузей емпіричних досліджень. У якості основних робіт можна виділити дослідження «нераціональної» поведінки при покупці (Джеан О. Комео Дж., Лібенштейн Н. та ін); вивчення особливостей стилів прийняття рішення при покупці («shopping styles») (С. Баквел, С. Таіл та ін); виявлення природи залученості споживачів (Бергада М., Блоч П., Парк К.) і т.д.

Для проведення комплексного дослідження мотивації в контексті цілісної поведінки споживачів необхідно розробити теоретичну модель, в основу якої покладені результати теоретичних і емпіричних напрацювань вітчизняних авторів з проблем діяльності та поведінки.

На базі вивчення різноманітних психологічних аспектів життя людини, які формують потреби, а, відповідно, й мотиви, були розроблені різні теорії мотивації. Існує багато наукових праць, де значна увага звертається на мотивацію, але в здебільшого з точки зору менеджменту. Мотивацію необхідно вивчати і з точки зору маркетингу, адже саме різні теорії можуть допомогти виявити реальні потреби ринку та створити механізм, за допомогою якого буде можливо їх задовольнити. Використовуючи теорії мотивації, маркетолог не може вплинути на сформовані потреби людей, але він може створити необмежену кількість потреб, про які потенційні споживачі ще не здогадуються. Основна мета діяльності маркетолога – створення умов, що гарантують абсолютне задоволення будь-яких потреб людей.

Існує надзвичайно велика кількість теорій мотивації, які можуть розглядатися з позицій маркетингу, менеджменту та психології. Найвідоміші з них були розроблені саме з урахуванням маркетингових цілей або з адаптацією до маркетингового середовища, зокрема: трикутник потреб Абрахама Маслоу; психологічні мотиви МакГіра; теорія мотивації З. Фрейда; теорія трьох потреб Д. МакКлелланда; теорія Д. Шварца.

Однією з найвідоміших та найбільш ґрунтовних теорій мотивації, що застосовуються у маркетингу, є ієрархія потреб людини, розроблена в 1940-х роках А. Маслоу. Вона стала основою для всіх наступних змістовних теорій, що їх можна застосувати у маркетингу. Абрахам Маслоу висловив припущення, що людина має широкий спектр потреб, і подав його у вигляді піраміди, яка поділяється на п'ять окремих категорій [4]. У структурі мотивів піраміди А. Маслоу нижній рівень, найбільш широкий і універсальний, займають мотиви біогенного характеру: забезпечення життєдіяльності, проблеми їжі, води, здоров'я, безпеки, комфортного житла собі і своїй сім'ї. Ці мотиви універсальні і наднаціональні, тому використання їх для реклами завжди дає хороший результат і забезпечує залучення уваги і контакт із споживачем. На цих же рівнях – проблеми сексу і продовження роду. Ці фізіологічні первинні мотиви працюють у рекламі як

засіб встановлення контакту із споживачами.

Над біогенними мотивами і потребами стоїть група мотивів соціального і соціально-психологічного характеру. Вони відображають необхідність відчувати себе частиною певної соціальної групи, потребу здобути повагу і навіть любов до себе у її межах. Соціальні мотиви типу «бути не гіршим за інших» іноді діють сильніше первинних (фізіологічних). Вершиною мотиваційної піраміди А. Маслоу є реалізація власного «Я», пошук свого місця в соціумі та здобуття внутрішньої гармонії. Це теж дуже сильна група мотивів, особливо при розвиненій самосвідомості, високих рівнях інтелекту і освіти [10]. А. Маслоу стверджує, що потреби задовольняються в певному порядку: потреби нижчого рівня мають бути в прийнятному ступені задоволені, перш ніж для людини стануть істотно важливими потреби вищого рівня.

Проте зауважимо, що теорія А. Маслоу, як і будь-яка інша, не відображає стан речей абсолютно об'єктивно. Вплив потреб на людину не буває тільки послідовним. Людина може одночасно (паралельно) відчувати потреби всіх рівнів ієрархії. Наприклад, високодуховна людина, навіть голодна, може думати про користь для суспільства. Тобто незадоволеність навіть нижчої (фізіологічної) потреби не заважає їй відчувати потребу найвищу.

МакГір розробив систему класифікації мотивів, яка більш специфічна, ніж система Маслоу. Вона використовує більш детальний набір мотивів для розгляду обмеженого спектру сфер споживчої поведінки. Психологічні мотиви МакГіра, які найбільш актуальні для маркетингу, наступні: потреба в послідовності; потреба у визначенні причинності атрибутів; потреба у сигналах; потреба в незалежності; потреба у новизні; потреба в самовираженні, потреба у

его-захисті, потреба у самоствердженні; потреба у підкріпленні, потреба у приєднанні; потреба в моделюванні [1]. Теорія МакГіра побудована на загальних психологічних особливостях людини, однак її не можна використовувати у неадаптованому вигляді, адже вона не враховує ментальних та культурних характеристик окремих груп людей. Тому для практичного застосування потребує певного удосконалення з урахуванням особливості окремого сегменту, що його потрібно промотивувати на покупку.

У 1965 році Девід МакКлелланд запропонував свою теорію мотивації, яка ґрунтується на трьох суспільних видах потреб, серед яких потреби у досягненнях, приналежності та у владі. Маркетологи можуть вдало маніпулювати цими потребами, адже люди напрочуд залежні від соціальних та комунікативних умов існування [1]. У своїй теорії МакКлелланд, на відміну від Маслоу, відкинув та не враховував фізіологічні потреби людини, вважаючи, що за їх допомогою не можна мотивувати людину на дії. Ця теорія розрахована на вищі соціальні верстви населення, фізіологічні потреби яких уже задоволені повною мірою. Для маркетингу ця теорія не завжди може використовуватись, адже продукція масового вжитку (їжа, одяг, побутові товари) задовольняють первинні потреби людей. Частина людей, які можуть собі дозволити іміджеві товари (тому що первинні потреби уже задоволені), значно менша, ніж частка людей, які належать до середнього класу, і перш за все, дбають про задоволення фізіологічних потреб.

Всесвітньо відомий психолог Зігмунд Фрейд розробив власну теорію мотивації, яка ґрунтується на визнанні дій певних психологічних сил, які формують поведінку людини, але не завжди є усвідомленими. Схема формування особистості, згідно з теорією З. Фрейда, зображена на рис. 1.

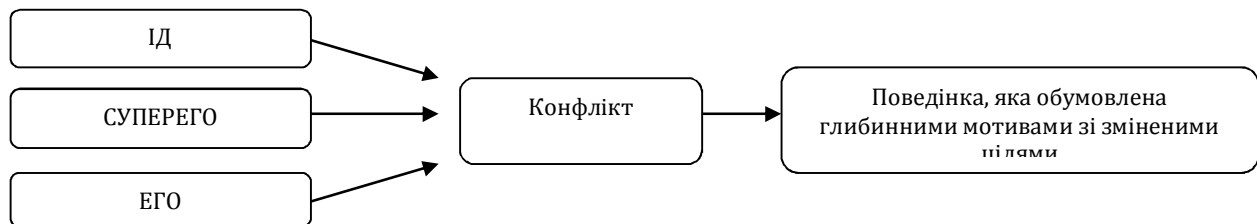


Рис. 1. Взаємодія мотиваційних сил, що формують особистість, у теорії З. Фрейда [8]

Згідно з цією теорією поведінка людини є результатом взаємодії трьох компонентів. Перші два існують у підсвідомості людини, це – глибинні прагнення людини (ІД) і сприйняті індивідумом соціальні норми та мораль (суперего). Третій компонент – це еґо, який відображає свідомість особи, управляє вирішенням конфлікту (ІД) і моральними заборонами суперего. Теорія є важливою для аналізу, оскільки розглядає споживача як людину, яка має протиріччя у бажаннях (інколи внутрішні бажання людини протистоять нормам та моралі суспільства). Людина до кінця не усвідомлює мотиви своєї поведінки при здійсненні покупки, діє більше несвідомо. Маркетологам необхідно враховувати це при розробці дизайну упаковки та реклами, щоб стимулювати указані підсвідомі елементи психіки людини. Виходячи з теорії мотивації за З. Фрейдом, можна зробити висновок, що перед маркетологами постає задача нейтралізації або усунення впливу суперего, що дозволяє вивільнити мотивацію Ід. На основі засад, побудованих З. Фрейдом,

маркетологи ще й досі в рекламі використовуються символи мужності, жіночності, унікальності тощо. Оскільки смаки людей, моральні норми, засади суспільства змінюються дуже часто, то важко прослідкувати їх вплив на поведінку окремої людини.

Однією з найбільш використовуваних теорій мотивації у сучасному маркетингу є теорія американського вченого Д. Шварца. Особливістю її є те, що вчений поділив мотиви людини на дві групи: раціональні та емоційні. Він досліджував їх окремо, оскільки вважав, що вони чинять різний вплив на поведінку людини. До раціональних мотивів належать: прибуток чи економія, зниження ризику, зручність, якість, гарантоване обслуговування. Необхідно мати на увазі, що мотиви споживачів досить часто мають ірраціональний характер, тобто такий, який важко пояснити з позиції логіки, саме такі мотиви прийнято вважати емоційними: кожна людина прагне особистого визнання, прагне, щоб її поважали, цінували та визнавали її значимість; особиста влада і вплив;

пізнання, слідування моді, бажання бути прийнятним у суспільстві («Власне Я») [9]. Практика показує, що мотиви емоційного характеру в більшості випадків переважають раціональні. Звідси впливає важливе правило – у взаємовідносинах фірми зі споживачем найважливішого значення набуває увага до його емоцій. Саме в цьому аспекті і вбачаємо складність, адже важко контролювати емоції людей. Якщо маркетологи формують рекламну кампанію, яка спрямована на певну емоційну реакцію у потенційних споживачів, то існує шанс на неочікувану реакцію з їхнього боку.

Наведені теорії є найбільш прийнятними для аналізу та використання в маркетингу, оскільки вони побудовані на базі основних понять та положень мотивації. Кожна з них має свої переваги та недоліки, тому найкраще застосувати їх комплексно, відповідно до ситуації, яка склалася, тобто залежно від типу товару та сегменту ринку. Для кожного сегменту варто використовувати різні теорії мотивації, щоб максимізувати вплив на потенційного споживача.

Таким чином, встановлено, що мотивація – це досить

широке поняття, яке вимагає всебічного аналізу. Мотивація тісно пов'язана з психологією та соціологією, адже вона була довгий час предметом їх вивчення. Розумінню природи мотивації передують вивчення понять, які її формують, а саме: потреб людей (загальні та індивідуальні), мотивів, які спонукають індивіда до дії та відповідно поведінку людини, яка впливає та формується під впливом перших двох понять. Значна кількість теорій мотивації мають спільне підґрунтя, але акцентують увагу на різних аспектах. Для вибору теорії мотивації, яку можна використовувати у маркетингових цілях та застосовувати як базу для ефективного просування товару, потрібно, насамперед, визначити сегмент, на який розрахована продукція. Дослідивши особливості певного ринкового сегменту, можна підібрати найбільш сприятливу теорію мотивації та адаптувати її під потреби рекламодавця. Проте для досягнення максимального ефекту варто поєднувати декілька теорій та вилучити максимальну користь від цього, адже жодна теорія не враховує всіх особливостей товару та психічно-соціального стану людини.

Список літератури

1. Алешина И. В. *Поведение потребителей: учеб. пособие для вузов* / И. В. Алешина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.
2. Голубкова Е. Н. *Маркетинговые коммуникации: научное издание* / Е. Н. Голубкова. – М.: Финпресс, 2000. – 256 с.
3. Копець Л. *Класичні експерименти в психології [Електронний ресурс]* / Л. Копець. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/15341220/psihologiya/eksperimenti_solomona_asha.
4. Маслоу А. *Мотивация и личность* / А. Маслоу. – [3-е изд.] – СПб.: Питер, 2009. – 352 с.
5. Рябинский Л. С. *Поведение покупателей в условиях рыночной экономики* / Л. С. Рябинский. – М.: Изд-во Российского открытого ун-та, 2000. – 96 с.
6. Траут Дж. *22 неприложных закона маркетинга* / Траут Дж., Райс Е. – СПб.: Питер, 2002. – 160 с.
7. Хекхаузен Х. *Мотивация и деятельность* / Х. Хекхаузен. – СПб.; Питер; М.: Смысл, 2003. – 860 с.
8. Ходаківський Е.І. *Психологія управління [Електронний ресурс]* / Е.І. Ходаківський. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/19500806/psihologiya/teoriya_motivatsiy_zigmunda_freyda.
9. Шварц Д. Дж. *Искусство мыслить масштабно* / Д. Дж. Шварц. – [2-е изд.] – Минск: Попурри, 2003. – 304 с.
10. *Advertology [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: <http://www.advertology.ru/index.php>.

РЕЗЮМЕ

Скригун Наталья, Кочмарук Мария, Семененко Екатерина

Анализ потребительских мотиваций и их использование в практической деятельности предприятия

Проанализированы основные мотивы и мотивация потенциальных потребителей. Рассмотрены теории мотивации, наиболее приемлемые для использования в практической деятельности предприятий с точки зрения маркетинга, и определены способы их применения в коммерческой деятельности для повышения ее эффективности.

RESUME

Skrygun Natalia, Kochmaruk Maria, Semenenko Kateryna

Analysis of consumers' motivation and its use in practical activity of the enterprises

The main reasons and motivation of the consumer's behavior are defined in the article. The motivation theories that are the most appropriate for use in enterprise's practical activity from point of view of the marketing are considered. The ways of their use in commercial activities for increasing of its efficiency are determined.

Стаття надійшла до редакції 25.02.2013 р.

Андрій СМУТКОкандидат економічних наук,
доцент кафедри управління персоналом, економіки та підприємництва,
Херсонський інститут «ПрАТ «ВНЗ МАУП»**Ганна ЩАСЛИВА**кандидат економічних наук,
доцент кафедри управління персоналом, економіки та підприємництва,
Херсонський інститут «ПрАТ «ВНЗ МАУП»

АНАЛІЗ СИЛЬНИХ ТА СЛАБКИХ СТОРІН БІЗНЕСУ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕХАНІЗМІВ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ

Предметом розгляду у статті є сучасний науковий підхід до проведення SWOT-аналізу за допомогою інструментарію теорії нечітких множин. Наведено теоретичні аспекти призначення SWOT-аналізу як інструменту стратегічного управління, визначено ключові недоліки в чинному механізмі його проведення. Обґрунтовано доцільність та ефективність використання методів нечіткої логіки у аналізі сильних та слабких сторін бізнесу. Запропоновано алгоритм якісної оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентне становище фірми.

Ключові слова: SWOT-аналіз, фактори бізнес-середовища, нечітка логіка, теорія нечітких множин.

Зростання динамічності та невизначеності зовнішнього оточення обумовлює проблему своєчасної адаптації підприємства до умов, які змінюються, що передбачає успішне функціонування підприємства на ринку. Для вирішення цієї проблеми, як показує світова практика, використовується концепція стратегічного управління. Основною ланкою останнього є стратегічне планування, яке спирається на проведенні досліджень маркетингового середовища підприємства, а його результатом є розроблена стратегія розвитку [1].

Для своєчасного виявлення ринкових змін в умовах турбулентності зовнішнього середовища та пристосування до них вітчизняним підприємствам доцільно використовувати систему моніторингу та стратегічного аналізу середовища функціонування. Так виявлені в результаті аналізу можливості та загрози у зовнішньому оточенні, а також сильні та слабкі сторони підприємства слугують інформаційною підставою для встановлення цілей на перспективу та визначення стратегій розвитку.

Одним із інструментів стратегічного аналізу виступає SWOT-аналіз, який широко використовується в зарубіжних фірмах. До того ж його результати є підставою для прийняття управлінських рішень у різних функціональних зонах підприємства та для генерування альтернативних стратегій його розвитку.

Однак застосування класичної методики проведення SWOT-аналізу у стохастичних умовах сучасного бізнес-середовища часто призводить до викривлення його результатів, що унеможливає їх використання у стратегічному плануванні діяльності підприємства. Можливим шляхом вирішення цієї проблеми є використання інструментів теорії нечітких множин для оцінки інтенсивності впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища фірми на силу або слабкість її конкурентної позиції на ринку. Проблема стратегічного планування та застосування механізмів нечіткої логіки в економіці присвячені праці зарубіжних та вітчизняних науковців Р. Л. Акоффа, І. Ансоффа, М. А. Белова, Г. А. Гуніна, Н. В. Дилигенського, Л. Г. Димової, Л. Заде, О. Є. Кузьміна, А. В. Матвічука,

М. Мескона, А. О. Недосекіна, В. В. Пастухової, Т. Сааті, П. В. Севаст'янова, А. Д. Стрикленда, А. А. Томпсона, Р. Б. Тянь, А. Файоля, Н. Г. Чумаченко, З. Є. Шершньової.

SWOT-аналіз залишається інструментом управління, який інтенсивно застосовується менеджерами для визначення стратегічних пріоритетів фірми на майбутнє, але для подальшого його ефективного використання необхідне удосконалення методики його проведення, яке дозволить одержати більш точні та реалістичні результати.

З цією метою у статті обґрунтовується доцільність застосування методів нечіткої логіки у алгоритмі визначення сильних та слабких сторін бізнесу фірми. Головним завданням дослідження є подальший розвиток ідеї впровадження аналізу нечітких множин в економічних процесах.

В умовах нестійкості зовнішнього оточення, невизначеності та ризику виникає проблема своєчасної адаптації суб'єкта господарювання до зовнішніх змін. Оскільки процес взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем має перманентний характер, то для забезпечення стійкого функціонування підприємства виникає необхідність передбачення його розвитку в довгостроковій перспективі. Прогнозування розвитку підприємства буде сприяти підтримці балансу відносно зовнішнього оточення [9]. Таким чином, проблему успішного функціонування в умовах динамізму зовнішнього середовища може вирішити лише те підприємство, яке має чіткі орієнтири на майбутнє і спрямоване на пошук довгострокових конкурентних переваг. У сучасному світі беззаперечно доведено, що успіх діяльності підприємства визначається тим, наскільки вдало воно вписується в зовнішнє оточення та пристосовується до нього. Досягненню цієї мети сприяє застосування в діяльності фірми системи стратегічного управління.

Завдання останнього полягає у забезпеченні своєчасної адаптації підприємства до змін у зовнішньому середовищі та нівелюванні його негативного впливу [2]. До того ж слід мати на увазі, що динамізм зовнішнього оточення обумовлює як нові

можливості для підприємства (сприятливі умови), так і нові труднощі, які обмежують його діяльність. У зв'язку з цим для виживання та успішного функціонування підприємства у перспективі слід прогнозувати, які загрози можуть виникнути у майбутньому та які нові можливості можуть з'явитися. Однак для успішного подолання небезпеки, що виникає у зовнішньому середовищі, та максимального використання можливостей, що з'явилися, не тільки необхідно своєчасно їх виявляти, але й мати відповідний потенціал.

Таким чином, попри те, що в умовах нестабільності зовнішнього середовища головні фактори успіху підприємства пересуваються із внутрішнього середовища у зовнішнє, потенціал підприємства, його сильні та слабкі сторони також визначають можливість його успішного функціонування на ринку.

Для вивчення зовнішнього оточення та внутрішнього середовища підприємства в системі стратегічного управління використовується такий управлінський інструмент, як SWOT-аналіз. SWOT-аналіз передбачає проведення сумісного вивчення зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

У результаті SWOT-аналізу менеджер одержує інформацію для генерування альтернативних стратегій розвитку підприємства [4; 8; 11].

У процесі його застосування виявляються загрози та можливості, які можуть виникнути у зовнішньому середовищі, а також сильні та слабкі сторони, які притаманні підприємству.

Внутрішнє середовище безпосередньо впливає на діяльність підприємства та визначає його потенціал. Метою аналізу внутрішнього середовища підприємства є виявлення його внутрішніх сил для максимального використання зовнішніх можливостей та виявлення слабких сторін підприємства, які можуть ускладнити проблеми, що пов'язані із зовнішніми загрозами [7; 10; 11].

Слід підкреслити, що аналіз зовнішнього середовища має пріоритет порівняно з аналізом внутрішнього середовища підприємства. Пріоритетність обумовлена тим, що в умовах нестабільності зовнішнього оточення головні фактори успіху господарюючого суб'єкта знаходяться у його зовнішньому середовищі.

Місце SWOT-аналізу в процесі формування та вибору стратегій підприємства відображено на рис. 1.

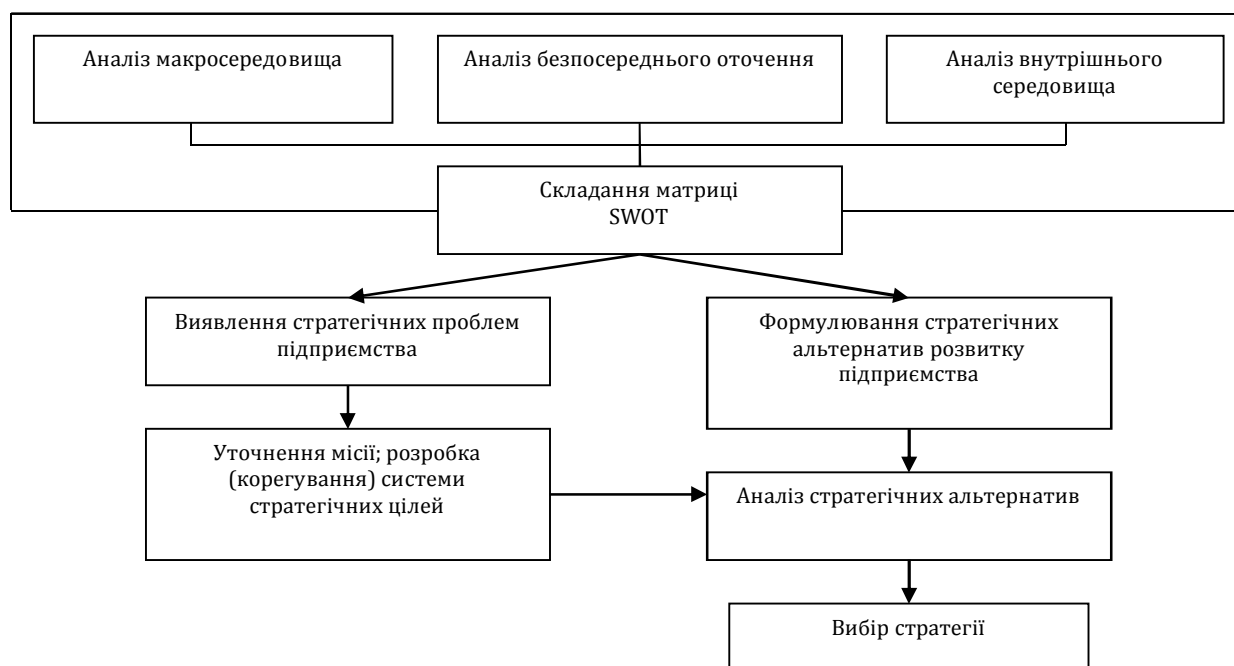


Рис. 1. Місце SWOT-аналізу в процесі вибору стратегії підприємства

Методологія SWOT-аналізу припускає проведення аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства у трьох основних напрямках [4]:

- аналіз макросередовища підприємства (політичні, правові, економічні, демографічні, науково-технічні, природні, соціально-культурні фактори);
- аналіз безпосереднього оточення підприємства (споживачі, постачальники, конкуренти);
- аналіз внутрішнього середовища підприємства (ефективність чинних стратегій; організація управління; маркетинг, дослідження та розробки; технологія; персонал; фінанси; організаційна культура та імідж).

Головна проблема, яка постає в процесі реалізації SWOT-аналізу, полягає в тому, як об'єктивно оцінити вагомість та інтенсивність впливу того чи іншого фактору на конкурентне становище фірми. Вирішення

цієї проблеми можливе при використанні інструментарію теорії нечітких множин.

Вперше ця теорія була сформульована американським вченим Лотфі Заде [3]. Він стверджував, що нечіткість початкових даних у різних задачах швидше перевага, а не недолік моделювання, оскільки інформація в навколишньому світі частіше за все подається не у вигляді строгих формул, а у вигляді деяких лінгвістичних виразів. Отже, її і моделювати необхідно не у вигляді конкретних числових значень, а у вигляді безлічі понять, близьких за значенням, але з відмінними оцінками. Як відомо, звичайна (чітка) множина описується функцією приналежності, що приймає тільки два значення: 0 і 1. Значення 0 означає те, що певний елемент не входить у множину, а 1 – елемент входить у цю множину. У теорії нечітких множин приналежність кожного елемента може бути

охарактеризована будь-яким числом з відрізка [0; 1] [5, 10].

Усі рівні економічних параметрів можуть вимірюватися як кількісно, так і якісно. Для цього необхідно визначити лінгвістичну змінну «Рівень параметра X», носієм якої є область визначення параметра X, а терм-множину значень складають нечіткі підмножини «Дуже низький рівень; Низький рівень;

Середній рівень; Високий рівень; Дуже високий рівень» параметра X. Така пенташкала є оптимальною у більшості випадків.

Для пенташкали будується система функцій належності носія X відповідним нечітким підмножинам. Графічним відображенням таких функцій є система трапецієподібних нечітких чисел (рис. 2) [6].

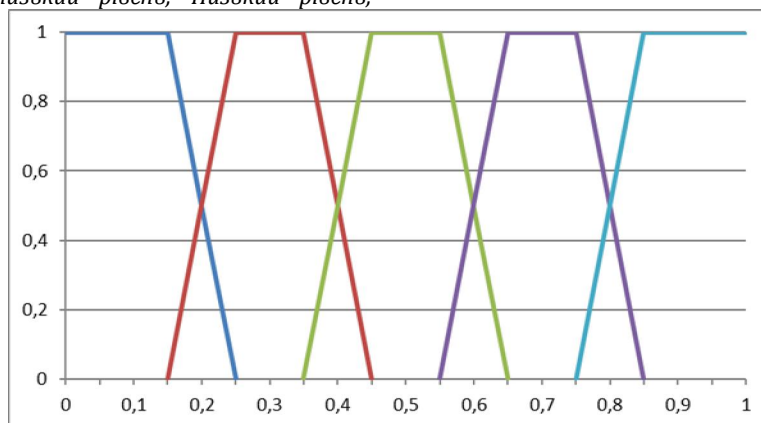


Рис. 2. Стандартна пенташкала на трапецієподібних нечітких числах [6]

У цьому випадку усі суміжні трапеції шкали перетинаються одна з однією у точці з ординатою 0,5. Таким чином, нарощування сили однієї з якісних ознак супроводжується відповідним зниженням суміжної якісної ознаки. У точці $\mu = 0,5$ досягається максимум інформаційної невизначеності, тобто у ній сусідні якісні характеристики володіють однаковою силою (ідентичністю).

На середині верхніх граней трапецій класифікатора розташовані вузлові точки, які можуть використовуватися як система ваг при агрегуванні нечітко визначених даних. Наприклад, для рисунку 2 вузлові точки створюють вектор $Y = (0,075; 0,3; 0,5; 0,7; 0,925)$ [6].

Застосування інструментарію нечітких множин у практиці SWOT-аналізу може мати наступний вигляд. Припустимо, що базовий фактор (постачальники), вплив якого цікавить менеджера, має три складники (цінова політика; надійність; імідж) з вагою 0,6; 0,3; 0,1 відповідно. Рівень кожного з них оцінено експертом у 0,2; 0,6; 0,5 відповідно.

Функції належності носія X до відповідної нечіткої підмножини матимуть наступний вигляд.

Високий рівень фактора.

$$\mu_4(X) = \begin{cases} 0,0 \leq X < 0,55 \\ 10(X - 0,55), 0,55 \leq X < 0,65 \\ 1,0,65 \leq X < 0,75 \\ 10(0,85 - X), 0,75 \leq X < 0,85 \\ 0,0,85 \leq X < 1 \end{cases} \quad (1)$$

Середній рівень фактора.

$$\mu_4(X) = \begin{cases} 0,0 \leq X < 0,35 \\ 10(X - 0,35), 0,35 \leq X < 0,45 \\ 1,0,45 \leq X < 0,55 \\ 10(0,65 - X), 0,55 \leq X < 0,65 \\ 0,0,65 \leq X < 1 \end{cases} \quad (2)$$

Низький рівень фактора.

$$\mu_4(X) = \begin{cases} 0,0 \leq X < 0,15 \\ 10(X - 0,15), 0,15 \leq X < 0,25 \\ 1,0,25 \leq X < 0,35 \\ 10(0,45 - X), 0,35 \leq X < 0,45 \\ 0,0,45 \leq X < 1 \end{cases} \quad (3)$$

Розпізнавання рівня факторів виявляє, що перший фактор з вірогідністю 0,5 низький або дуже низький; другий фактор однозначно високий; третій фактор з вірогідністю 0,5 середній або високий.

Для того, щоб оцінити силу або слабкість бізнесу за позицією «Постачальники», складається матриця, яка дає можливість розрахувати інтенсивність впливу певного фактору на конкурентну позицію фірми.

Таким чином, розрахунок згідно з даними таблиці 1 виглядатиме:

$$SW = 0,6 \times (0,5 \times 0,75 + 0,5 \times 0,3) + 0,3 \times 1 \times 0,7 + 0,1 \times (0,5 \times 0,5 + 0,5 \times 0,7) = 0,585 \quad (4)$$

Розрахунок показує, що при розпізнаванні за формулами (1) та (2) рівень сили бізнесу за позицією «Постачальники» визначається на 80% як середній та на 20% як високий.

Аналогічним чином можна здійснити матричне згортання при переході від окремих показників сили/слабкості бізнесу за базовими факторами до інтегрального показника. Для цього необхідно тільки визначити ваги базових факторів у інтегральному.

Наведена методика використання нечіткого моделювання дозволяє отримати більш обґрунтовані результати при проведенні SWOT-аналізу. Крім того, за допомогою теорії нечітких множин є можливим вирішення таких економічних задач, як позиціонування бізнесу, оцінка стану ринкової кон'юнктури, рівня конкурентоспроможності, комплексна оцінка стану компанії, оцінка ризиків інвестиційних проектів.

Водночас не до кінця вирішеними залишаються питання побудови шкали нечіткого класифікатора, оскільки визначення ваги факторів впливу та підстав для більшості з них мають експертну природу.

Таблиця 1. Матриця для інтегральної оцінки впливу фактору на конкурентну позицію фірми

Фактори	Вага фактора	Функції належності для рівнів складників				
		Дуже низький (μ_1)	Низький (μ_2)	Середній (μ_3)	Високий (μ_4)	Дуже високий (μ_5)
Цінова політика	0,6	0,5	0,5	0	0	0
Надійність	0,3	0	0	0	1	0
Імідж	0,1	0	0	0,5	0,5	0
Вузлові точки		0,075	0,3	0,5	0,7	0,925

Список літератури

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф, при содейств. Э. Дж. Макдоннела. – СПб.: Питер, 1999. – 414 с.
2. Герчикова И. Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2001. – 500 с.
3. Заде Л. Понятие лингвистической переменной и ее применение к принятию приближенных решений / Л. Заде: Пер. с англ. – М. : Мир, 1976. – 167 с.
4. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг: навч. посібник / Куденко Н. В. – Вид. 2-ге, без змін. – К: КНЕУ, 2006. – 152 с.
5. Матвійчук А. В. Штучний інтелект в економіці: нейронні мережі, нечітка логіка: монографія / А. В. Матвійчук. – К.: КНЕУ, 2011. – 439с.
6. Недосекин А. О. Методологические основы моделирования финансовой деятельности с использованием нечетко-множественных описаний: Дис...докт. экон. наук: 08.00.13. – «Математические и инструментальные методы экономики» / СПбГУЭФ. – СПб., 2003. – 280с.
7. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К: Київ. Нац. Торгово-економічний університет, 2002. – 302 с.
8. Сергеева Л. Н. Нелинейная экономика: модели и методы / Л. Н. Сергеева; научн. редактор д-р экон. наук, проф. Ю. Г. Лысенко. – Запорожье: Полиграф, 2003. – 218с.
9. Тянь Р. Б. Планивання діяльності підприємств: навч. посібник / Р. Б. Тянь. – К.: МАУП, 1998. – 156 с.
10. Царев В. В. Внутрифирменное планирование / В. В. Царев. – СПб.: Питер, 2002. – 436 с.
11. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник. 2-е вид. перероб. і доповн. / З. Є. Шершньова. – К.:КНЕУ, 2004. – 699 с.

РЕЗЮМЕ

Смутко Андрей, Щасливая Анна

Анализ сильных и слабых сторон бизнеса с использованием механизмов нечеткой логики

Предметом рассмотрения в статье является современный научный подход к проведению SWOT-анализа с помощью инструментария теории нечетких множеств. Изучены теоретические аспекты предназначения SWOT-анализа как инструмента стратегического управления, определены ключевые недостатки в существующем механизме его проведения. Обоснована целесообразность и эффективность использования методов нечеткой логики в анализе сильных и слабых сторон бизнеса. Представлен алгоритм качественной оценки влияния факторов внешней среды на конкурентное положение фирмы.

RESUME

Smutko Andriy, Shchaslyva Ganna

Analysis of the business strengths and weaknesses by using a fuzzy logic mechanism

The subject of the article is to present the scientific approach of the SWOT-analysis with the tools of the theory of fuzzy sets. The article presents the theoretical aspects of the mission of SWOT-analysis as a tool for strategic management, identifies the main gaps in the existing mechanism. The appropriateness and effectiveness of the use of fuzzy logic is determined in order to analyze the strengths and weaknesses of the business. The article presents the algorithm for the qualitative assessment of the impact of environmental factors on the competitiveness of the company.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

РОЗРОБКА МЕТОДИЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЇВ ВІДБОРУ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті досліджено етапи процедури пошуку найбільш пріоритетного інвестування в інноваційний розвиток підприємств. Визначено критеріальні обмеження і частину проектів, які їх задовольняють, та запропоновано критерії, що дозволяють з допустимою безліччю альтернатив обрати найбільш пріоритетні об'єкти інвестування в інноваційний розвиток підприємств харчової промисловості. Розроблено методичні підходи до формування критеріїв відбору інвестиційно-інноваційного проекту для підприємств харчової промисловості.

Ключові слова: інвестиційний капітал, інвестиційно-інноваційний проект, оцінка ефективності, інноваційний розвиток, дисконтування, підприємства харчової промисловості.

Міжнародна практика оцінки ефективності інвестицій в інноваційний розвиток базується на концепції тимчасової вартості грошей і заснована на таких принципах:

1. Оцінка ефективності використання інвестованого капіталу в інноваційний розвиток проводиться шляхом зіставлення грошового потоку, який формується в процесі реалізації інвестиційного проекту, та вихідної інвестиції. Інноваційний проект визнається ефективним, якщо забезпечується повернення вихідної суми інвестицій і необхідна прибутковість для інвесторів, які надали капітал.

2. Інвестований капітал, так само як і грошовий потік, приводиться до теперішнього часу або до певного розрахункового року (який, як правило, передуює початку реалізації інноваційного проекту).

3. Процес дисконтування капітальних вкладень і грошових потоків проводиться за різними ставками дисконту, які визначаються залежно від особливостей інвестицій в інноваційні проекти. При визначенні ставки дисконту враховуються структура інвестицій в інноваційний розвиток та вартість окремих складових капіталу.

Інвестиції визнаються ефективними, якщо цей потік достатній для:

- повернення вихідної суми капітальних вкладень;
- забезпечення необхідної віддачі на вкладений капітал.

Найбільш поширені такі показники ефективності капітальних вкладень:

- дисконтований термін окупності (ДТО);
- чисте сучасне значення інвестиційного проекту (ЧПВ);
- внутрішня норма прибутковості (прибутковості, рентабельності) (ВНП).

Інвестиційне рішення має прийматися з урахуванням безлічі різних, часто суперечливих, характеристик інноваційного проекту і його учасників, що мають кількісний або якісний характер. Частина цих характеристик відображає економічні, екологічні та соціальні наслідки реалізації інноваційного проекту на підприємстві. Інша частина – описує різноманітні ризики, які пов'язані з процесом реалізації інвестиційно-інноваційного проекту. При цьому критерії відбору

інвестицій в інноваційний розвиток поділяються на такі групи: цільові критерії; зовнішні та екологічні критерії; критерії реципієнта, що здійснює проект; критерії науково-технічної перспективності; комерційні критерії; виробничі критерії; ринкові критерії; критерії регіональних особливостей реалізації проекту.

Критерії кожної з груп за формою їх участі в процесі вибору можна поділити на обов'язкові та оціночні, причому обмеження за значеннями обов'язкових критеріїв можуть спричинити відхилення інвестиційно-інноваційного проекту. Критерії кожної групи оцінюються як для всього проекту, так і для окремих учасників. Теоретико-методичні аспекти формування та управління відбором інвестиційно-інноваційних проектів на підприємствах отримали розвиток у роботах таких зарубіжних авторів, як Афонічкін А. І., Войтович О. Б., Михайленко Д. Г., Олянська С. П., Цирульнікова В. В.

У групі методів вибору кращого об'єкта найбільш часто використовуються методи під загальною назвою «методи зміщеного ідеалу» [1, с. 301]. До ознак, які об'єднують методикку прийняття рішення, можна віднести такі: наявність «ідеального об'єкта», наявність величини вимірювання відстані від аналізованого об'єкта до ідеального, наявність процедур відсіювання неефективних альтернатив.

При формуванні «ідеального об'єкта» цілком можливо, що образ такого об'єкта може й не належати до реальної безлічі об'єктів.

При цьому об'єкти з допустимою безліччю порівнюються з «ідеальним об'єктом» на основі деякої величини відстані і далі проводиться процедура усунення не найкращих об'єктів з допустимої множини.

Процедура відсіювання характеризується усуненням з вихідної допустимої безлічі проектів підмножини проектів, які не містять найбільш пріоритетних. У загальному вигляді процедура пошуку найбільш пріоритетного об'єкта складається з наступних етапів.

1. Формування «ідеального об'єкта» (ІДО).
2. Аналіз множини об'єктів на відповідність «ідеальному об'єкту».
3. Інтерактивне вилучення з подальшого аналізу тих об'єктів з вихідної безлічі, які заздалегідь визнані не найкращими.
4. Перехід до п. 1 для скороченої безлічі допустимих

об'єктів.

Процедура пошуку найбільш пріоритетного об'єкта продовжується до того часу, поки на деякому етапі ітерації в скороченій безлічі об'єктів не залишиться найбільш бажаний.

Якщо не можна сформулювати найбільш важливий критерій або критерії мають однаково важливі значення, то завдання оцінки і вибору проектів можна вирішувати, використовуючи метод «зміщеного ідеалу».

Вважаємо, що на попередньому етапі аналізу проектів були сформовані критеріальні обмеження і частина проектів, що задовольняє їх, представлена у вигляді допустимої безлічі альтернатив.

На наступному кроці рішення необхідно на підставі даних, що наведені у вихідній матриці, сформувати ідеальний об'єкт. Значення його критеріїв будуть рівні максимальним значенням показників ефективності, корисність за якими зростає і мінімальним – корисність за якими знижується.

Крім ідеального об'єкта, сформуємо також модель найгіршого об'єкта, тобто проекту, варіант якого за своїми значеннями параметрів однозначно не є ефективним. Значення критеріїв такого найгіршого об'єкта будуть рівні мінімальним значенням критеріїв вибору, корисність за якими зростає і максимальним – корисність за якими знижується.

Таким чином, побудовані ідеальний і найгірший об'єкти задають шкалу, на якій можна розглядати і оцінювати поточні об'єкти з точки зору віддалення або наближення до ідеального або найгіршого об'єкта.

Аналіз значень отриманих об'єктів показує, що якщо критерії значень найкращого і найгіршого об'єктів збігаються, то їх можна ігнорувати. Таким чином, знижуємо розмірність простору критеріїв і отримуємо зменшену матрицю значень.

Значення критерію у відносних одиницях інтерпретуються як відстань від поточного об'єкта за критерієм до ідеального об'єкта.

Ідеальний за конкретним критерієм об'єкт має відстань, яка дорівнює $b_i = 1$, а найгірший – $b_i = 0$.

Для виявлення гірших об'єктів скористаємося величиною, що обчислює відстань кожного об'єкта до ідеального варіанту:

$$L^p = \sqrt[p]{\sum_{i=1}^m (1 - b_i)^p}, \quad (1)$$

де p – певний коефіцієнт, що характеризує ступінь концентрації критерію ефективності інвестиційного

проекту, що дозволяє переходити до різних видів величин для обчислення відстані фактичного показника від ідеального.

Якщо для критеріїв можна сформулювати значення коефіцієнта важливості β , то у формулу узагальненої величини вводиться відносна важливість критеріїв у вигляді показників важливості $\{\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m\}$ і величина відстані характеризує зважений за важливістю ступінь близькості до ідеального об'єкта:

$$L^p = \sqrt[p]{\sum_{i=1}^m \beta_i (1 - b_i)^p}, \quad (2)$$

Скористаємося значеннями коефіцієнтів важливості β , що обчислені за матрицею парних порівнянь і перепишемо їх у вигляді вектора ступеня важливості.

Що більше значення величини L , то ближче об'єкт інвестування знаходиться до ідеального інвестиційно-інноваційного проекту.

При різних значеннях коефіцієнта концентрації p критерію ефективності інвестиційного проекту отримаємо різні види величини відстані до ідеального інвестиційно-інноваційного проекту.

На підставі отриманої величини відстані близькості ранжують їх за величиною відстані переваги, відповідно до значення коефіцієнта концентрації критерію ефективності інвестиційно-інноваційного проекту.

Не найкращі рішення в такому випадку – це ті, які завжди домінують, тобто це альтернативні проекти, які є найгіршими за всіма використовуваними величинами відстані до ідеального інвестиційно-інноваційного проекту.

Вилучаючи їх з подальшого розгляду, отримаємо скорочену безліч альтернатив, що складається, в нашому випадку, з однієї альтернативи.

Якщо скорочена безліч альтернатив складається більш ніж з одного об'єкта, процедура повторюється, починаючи з побудови нового ідеального об'єкта. Процес «відсіювання» не найкращих рішень повторюється до тих пір, поки не виявиться один домінуючий об'єкт або не стануть зрозумілі переваги інвестиційно-інноваційного проекту.

По підприємству ТОВ "Агробізнес" упроваджено інноваційний проект, який передбачає дефекацію соків з метою підвищення його якісних характеристик [2].

З метою визначення впливу впровадження інноваційної технології на чистий дохід від реалізації по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р. визначимо структуру доходу підприємства (табл. 1).

Таблиця 1. Структура доходу від реалізації по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р., тис. грн.

Показник	тис. грн	%
Чистий дохід від реалізації	73313	100
У тому числі від реалізації		
– злакових культур	21187,46	28,9
– кукурудзи	3519,02	4,8
– насіння	31597,90	43,1
– овочевих культур	7038,05	9,6
– фруктів	4765,35	6,5
– виробництво соків і пюре	953,07	1,3
– інше виробництво	4252,15	5,8

Як свідчать дані табл. 1, питома вага чистого доходу від реалізації соків і пюре в чистому доході

підприємства складають 1,3%. Цей інноваційний проект дозволить збільшити вихід соку на 0,45%, що дасть

можливість підприємству ТОВ «Агробізнес» збільшити дохід від реалізації продукції на 428,88 тис. грн. Розраховуємо показники, що характеризують

ефективність інвестиційного проекту в інновації по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р. (табл. 2).

Таблиця 2. Розрахунок ЧПВ інноваційної технології виробництва соку по підприємству ТОВ «Агробізнес» за 2012 р.

Назва грошового потоку	Роки	Грошовий потік, тис. грн		Дисконтування множника	Теперішня вартість грошей, тис. грн	
		I варіант	II варіант		I варіант	II варіант
Вихідна інвестиція	2012	5,109×2	4,5394×2	1	10,22	9,08
Вхідний грошовий потік	2008-2012	953,07		2,991	2850,63	
ЧПВ					2840,41	2841,55

Для реалізації цього інноваційного проекту підприємству необхідно залучити інвестиції для закупки термостату. Підприємство розглядало два варіанти закупівлі інноваційного обладнання.

Дані табл. 2 показують, що чиста теперішня вартість за другим інноваційним проектом вища, ніж за першим

інноваційним проектом на 1,14 тис. грн.

Проведемо розрахунки методом «зміщеного ідеалу» для підприємства ТОВ «Агробізнес» у 2012 р. Для цього побудуємо матрицю значень ідеального та найгіршого об'єктів інноваційних проектів (табл. 3).

Таблиця 3. Матриця значень ідеального та найгіршого об'єктів інноваційних проектів по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р.

№ з/п	Показники	Варіанти		Ідеальний об'єкт	Найгірший об'єкт
		Термодат 25К1-РМ/8УВ/8Р/8Р	Термодат 22М1-РВ/24УВ		
1	Максимальне навантаження, А	8	8	8	0
2	Кількість каналів	8	10	10	8
3	Гарантія, роки	3	2	3	2
4	Компенсація холодного спаю	Автомат.	Автомат. або ручна	Автомат. або ручна	Автомат
5	Потужність, Вт, не більше	15	7	7	15
6	Індикатори	ЖКД	світлодіодний	ЖКД	світлодіодний
7	Період запису в архів до, сек	3600	9999	9999	3600
8	Чистота соку попередньої дефекації, %	85,3	83,49	85,3	83,49
9	Чистота соку після II сатурації, %	90,4	90,5	90,5	90,4
10	Дохід від реалізації, тис. грн	963,29	962,15	963,29	962,15
11	Розмір інвестицій, тис. грн	10,22	9,08	9,08	10,22
12	Ступінь ризику	0,35	0,31	0,31	0,35

Дані табл. 3 показують, що по другому інноваційному проекту розмір інвестицій нижчий, ніж за першим інноваційним проектом, але нижчим є і ступінь ризику на 0,04. При цьому чистота соку є вищою на 0,1% після другої сатурації. Період запису в архів більший ніж вдвічі, що є позитивним для другого проекту. Позитивним є також те, що за другим інноваційним проектом кількість каналів на 2 більше, ніж за першим інноваційним проектом.

Тоді, переходячи до відносних значень критеріїв, отримаємо наступну матрицю варіантів інвестиційних проектів у відносних одиницях по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р. (табл. 4).

З табл. 4 видно, що за першим інноваційним проектом матриця варіантів у нормованих одиницях має 7 з 12 значень, які дорівнюють 1, що свідчить про віддаленість від ідеального об'єкта.

Для побудовання вектора ступеневої важливості

критеріїв необхідно розробити матрицю парних порівнянь критеріїв відбору інвестиційних проектів по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р. (табл. 5).

Експертами за цією матрицею виступали технологи технологічного відділу підприємству ТОВ «Агробізнес», які враховували технологічні показники, показники якості соку та взаємозв'язок інвестицій та показники доходу від реалізації з урахуванням ступеня ризику: це керівники структурних підрозділів, інженери-технологи, менеджери з продажу різних рівнів, енергетик, механік підприємства, загалом 15 осіб.

Як свідчать дані табл. 5, експертами підприємства ТОВ «Агробізнес» у відносних показниках виявлено, що найбільш важливими з них при впровадженні інноваційних проектів є дохід від реалізації продукції, на другому місці за важливістю - показник чистоти соку після II сатурації, третє місце поділили такі показники, як розмір інвестицій та індикатори. Отже, на важливість

відбору тих чи інших показників мали вплив як фінансові величини впроваджуваних проектів, так і технологічні.

На основі матриці парних порівнянь (табл. 5) побудуємо вектор ступеневої важливості критеріїв

інвестиційних проектів по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р. шляхом ділення визначеної кількості балів за кожним показником на загальну вартість (табл. 6).

Таблиця 4. Матриця варіантів інвестиційних проектів у відносних одиницях по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р.

№ з/п	Показники	Варіанти	
		Термодат 25К1-РМ/8УВ/8Р/8Р	Термодат 22М1-РВ/24УВ
1	Максимальне навантаження, А	0	0
2	Кількість каналів	1	0
3	Гарантія, роки	0	1
4	Компенсація холодного спаю	1	0
5	Потужність, Вт, не більше	1	0
6	Індикатори	0	1
7	Період запису в архів до, с	1	0
8	Чистота соку попередньої дефекації, %	0	1
9	Чистота соку після II сатурації, %	1	0
10	Дохід від реалізації, тис. грн	0	1
11	Розмір інвестицій, тис. грн	1	0
12	Ступінь ризику	1	0

Таблиця 5. Матриця парних порівнянь критеріїв відбору інвестиційно-інноваційних проектів по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р.

№ з/п	Критерії відбору	Критерії відбору															Сума балів
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Максимальне навантаження, А	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	7
2	Кількість каналів	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	4
3	Гарантія, роки	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	10
4	Компенсація холодного спаю	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	4	
5	Потужність, Вт	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	5	
6	Індикатори	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	12
7	Період запису в архів, с	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	10
8	Чистота соку попередньої дефекації, %	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	9
9	Чистота соку після II сатурації, %	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	13
10	Дохід від реалізації, тис. грн	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14
11	Розмір інвестицій, тис. грн	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	12
12	Ступінь ризику	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	11
	Усього																111

Таблиця 6. Вектор ступеневої важливості критеріїв інвестиційних проектів по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р.

Показники	Відносна важливість, β
Максимальне навантаження, А	0,063
Кількість каналів	0,036
Гарантія, роки	0,09
Компенсація холодного спаю	0,036
Потужність, Вт, не більше	0,045
Індикатори	0,108
Період запису в архів до, с	0,09
Чистота соку попередньої дефекації, %	0,082
Чистота соку після II сатурації, %	0,117
Дохід від реалізації, тис. грн	0,126
Розмір інвестицій, тис. грн	0,108
Ступінь ризику	0,099
Усього	1

Використовуючи формулу (2), розробимо стратегії критеріїв інвестиційних проектів (табл. 7). формування переваг і вибору коефіцієнтів концентрації

Таблиця 7. Матриця стратегії формування переваг і вибору інвестиційних проектів по підприємству ТОВ «Агробізнес» у 2012 р.

Коефіцієнт концентрації величини	Значення міри відстані	
	I проект	II проект
$p = 1$	0,469	0,594
$p = 2$	0,685	0,771
$p = 4$	0,828	0,88

За даними табл. 7 отримуємо наступне ранжування переваг:

- при $p = 1$: II проект > I проект
- при $p = 2$: II проект > I проект
- при $p = 4$: II проект > I проект

З огляду на отримані дані можна визначити, що найкращим проектом є другий при усіх значеннях коефіцієнта, який характеризує ступінь концентрації критерію ефективності інвестиційного проекту.

Отримані результати підтверджують попередні висновки, які були зроблені при оцінці «ідеального» проекту. Таким чином, підприємству ТОВ «Агробізнес» доцільно рекомендувати вкласти інвестиції у другий інноваційний проект.

При побудові моделі «ідеального об'єкта» важливо використовувати знання і досвід фахівця-користувача, тому що він краще розуміє властивості і параметри, які взяті з кращих реальних об'єктів і складають сутність «ідеального об'єкта». Розроблений методичний підхід пошуку найбільш пріоритетного об'єкта передбачає формування «ідеального об'єкта»; аналіз множини об'єктів на відповідність «ідеальному об'єкту»; інтерактивне вилучення з подальшого аналізу тих об'єктів з вихідної безлічі, які визнані задалегідь не найкращими та вибір інвестиційно-інноваційних проектів за найбільш важливими критеріями з урахуванням критеріальних обмежень і стратегічних переваг підприємства.

Список літератури

1. Афоничкин А. И. *Управленческие решения в экономических системах* / А. И. Афоничкин, Д. Г. Михаленко. – СПб : Питер, 2009. – 480 с.
2. Оляньска С. П. Підвищення ефективності очищення дифузійного соку з використанням однозаміщеного фосфату амонію / С. П. Оляньска, В. В. Цирульнікова, О. Б. Войтович // *Наукові праці НУХТ*. – 2010. – №33. – С. 37-58.
3. Костырко Л. А. *Диагностика инвестиционного потенциала хозяйствующего субъекта* / Л. А. Костырко, Л. И. Белоусова // *Вісник Східноукраїнського національного ун-ту ім. В. Даля*. - 2003. - №2(60). - С.119-127.
4. Філіпішин І. В. *Галузеві та регіональні аспекти інвестиційної політики України* / І. В. Філіпішин // *Вісник Львівської комерційної академії: зб. наук.праць*// Львів: Видавництво ЛКА, 2005. - вип. 18 част. ч. 1. - С. 142 - 145.

РЕЗЮМЕ

Снигур Кристина

Разработка методических подходов к формированию критериев отбора инвестиционно-инновационного проекта по предприятиям пищевой промышленности

В статье исследованы этапы процедуры поиска наиболее приоритетного инвестирования в инновационное развитие предприятий. Определены критериальные ограничения и часть проектов, удовлетворяющих их, и предложены критерии, позволяющие с допустимого множества альтернатив выбрать наиболее приоритетные объекты инвестирования в инновационное развитие предприятий пищевой промышленности. Разработаны методические подходы к формированию критериев отбора инвестиционно-инновационного проекта по предприятиям пищевой промышленности.

RESUME

Snigyr Chrystyna

Development of methodical approaches to the formation of the criteria of selection investment and innovative project for the enterprise of food industry

The article examines the stages of finding the most preferred investment in the development of innovative enterprises. The criterion and restrictions of projects that meet their criteria are determined. Methodical approaches to the criteria of selection of investment and innovative project for the enterprises of food industry are worked out.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

ТЕОРІЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРИ ПЛАНУВАННІ В МАРКЕТИНГУ

У статті розглянуто виникнення теорії життєвого циклу, досліджено основні моделі життєвого циклу підприємства, стадії та характеристики, що визначають еволюцію його розвитку. Визначено особливості планування в маркетингу залежно від стадій розвитку підприємства.

Ключові слова: життєвий цикл підприємства, життєвий цикл товару, планування в маркетингу.

В умовах домінування ринкових відносин ефективність діяльності підприємств багато в чому визначається здатністю інформаційно-аналітичного забезпечення до розробки плану маркетингу з урахуванням еволюції його розвитку. Значення теоретичного обґрунтування та практичної реалізації особливостей стадій розвитку підприємства при плануванні в маркетингу визначається можливістю своєчасного втручання в господарський процес підприємства та корегування його довгострокових перспектив.

Концептуальні засади життєвого циклу підприємства розкрито в наукових працях Беліченко А. Ю., Бормана Д., Василенко В. О., Воротіна Л. І., Дайновського Ю. А., Міночкіна О. М., Федермана Р. та ін. Теоретико-методологічні основи маркетингового управління та планування закладені у доробку таких всесвітньо відомих науковців, як Г. Ассель, Г. Армстронг, Б. Берман, Е. Дихтль, Дж. Еванс, Ф. Котлер, Д. В. Кревенс та ін. Значний внесок у розвиток вітчизняної теорії і практики маркетингу забезпечили Л. В. Балабанова, А. В. Войчак, Н. П. Гончарова, С. М. Ілляшенко, В. Я. Кардаш, Н. В. Куденко, І. В. Лилик, А. Ф. Павленко, А. О. Старостіна та інші. Теоретичні та прикладні аспекти питань формування плану маркетингу з урахуванням не лише життєвого циклу товару, а й етапу розвитку підприємства залишаються предметом досліджень економістів-науковців і практиків.

Як свідчить практика, лише великі корпорації при розробці плану маркетингу враховують не лише бюджетні кошти, а й вхідну інформацію, значною частиною якої є фактичний стан (стадія) розвитку підприємства та товару / послуги. Саме тому виклики економічного сьогодення, які знаходять свій вияв у непередбачуваності багатьох ринкових процесів, зумовлюють об'єктивну необхідність у подальшому розвитку концептуальних засад маркетингової теорії і практики через ефективне маркетингове планування з урахуванням теорії життєвого циклу.

Метою статті є дослідження історії розвитку моделей життєвого циклу підприємства, особливостей характеристик та стадій, які їх визначають, а також можливостей використання критеріїв різних стадій розвитку підприємства при плануванні в маркетингу.

Теорія життєвих циклів [1] дозволяє проаналізувати можливі сценарії розвитку підприємства, визначити ймовірність виникнення проблем протягом періоду його розвитку, оцінити фактичний його стан. Володіння повним обсягом інформації щодо життєвого циклу

підприємства забезпечує можливість ефективного маркетингового планування з розумінням стратегії його розвитку.

Поняття життєвого циклу широко використовується в сучасних дослідженнях і застосовується в різних галузях [2].

В. Акулов визначає методологічну основу циклу як теорію надбання рівноваги комплексу з середовищем [3]. Методологічний принцип, що лежить в основі вивчення життєвого циклу економічних організацій, полягає в надбанні економічним суб'єктом динамічної рівноваги як із зовнішнім середовищем, так і з внутрішнім середовищем організації.

Саме динамічний характер рівноваги робить організаційну структуру стійкою, дає їй можливість існувати в часі і просторі. Якщо виникає стійко нерівноважний стан, це означає тільки одне – процес руйнування підприємства і його подальшу ліквідацію [3].

На нашу думку, одним із дієвих механізмів, який здатен забезпечувати динамічний характер рівноваги підприємства, є план маркетингу. Всебічний аналіз зовнішнього середовища, дослідження та оцінка внутрішнього стану підприємства дозволяють розглядати не лише продукт, а й безпосередньо суб'єкт діяльності як просування його через стадії, де кожний еволюційний період потребує нових маркетингових пропозицій.

Теорія маркетингу загалом розглядає поняття життєвого циклу товару, при тому, що воно безпосередньо пов'язане із поняттям життєвого циклу організації.

Сучасні концепції життєвого циклу є похідними з вивчення еволюції товару: задум і розробка концепції, масове виробництво, момент ліквідації засобів виробництва цього товару. На концепцію життєвого циклу звертається значна увага в літературі по дослідженню ринку. Життєвий цикл використовується для пояснення того, які етапи проходить продукт: народження, зростання, зрілості і занепаду. Організації мають деякі виняткові характеристики, що вимагає певної модифікації поняття.

В теорії існують певні розбіжності відносно кількості стадій життєвого циклу підприємства, їх назв та характеристик.

Одна з найперших моделей життєвого циклу підприємства запропонована А. Дауном (1967 р.), яка представляє розвиток урядових підприємств від обґрунтування їх існування до інновацій й розширень, і,

як наслідок, – до формалізації та контролю.

У 1967 р. дослідники Г. Ліппітт та У. Шмідт розробили модель життєвого циклу підприємства, яка відповідала приватному сектору та описувала шість основних задач управління, які змінюються при переході підприємства із однієї стадії в іншу.

Цикл розвитку підприємства за Л.Грейнером (1972 р.) базується на теорії європейських психологів про те, що поведінка визначається попередніми подіями, а не майбутнім. Вчений переніс таку аналогію на розвиток підприємства, стверджує, що майбутнє підприємства визначається його організаційною історією в більшому ступені, ніж зовнішніми силами.

На думку Ф. Лідена (1975 р.) підприємство фокусується на адаптації і завоюванні своєї ніші в зовнішньому середовищі, що змінюється, вирішуючи при цьому проблеми, які заважають нормальному функціонуванню: адаптація до оточуючого середовища, завоювання певного сегменту ринку, придбання

ресурсів, досягнення намічених цілей та ін. [4].

Модель І.Адідеса (1979 р.) розглядає процес життєвого циклу підприємства як аналог процесів розвитку біологічного організму. Теорія концентрує увагу на двох важливих параметрах життєдіяльності підприємства: гнучкості та контрольованості [5].

Дж. Кімберлі (1979 р.) створив принципово нову модель розвитку підприємства, у якій першою стадією є вибудовування ресурсів та формування майбутньої ідеології щодо фактичного створення підприємства [6].

У сучасній теорії найчастіше дослідження базуються на моделі, запропонованій Д. Міллером та П. Фрізенем (1984 р.), які до основних стадій життєвого циклу підприємства зараховують: створення, зростання, зрілість та спад.

Для визначення стадії розвитку підприємства Д. Міллером та П. Фрізенем запропоновано використовувати критерії (табл. 1).

Таблиця 1. Критерії визначення стадії розвитку підприємства [4]

Стадії розвитку	Критерії
Зародження	Вік підприємства менший 10 років, має неформальну структуру, керівник – менеджер-власник
Розвиток	Рівень продажів зростає більше ніж на 15%, функціонально організована структура, політика формалізована
Зрілість	Рівень продажів зростає, але приріст становить менше 15%, більш бюрократичне підприємство
Розквіт	Рівень продажів зростає більш ніж на 15%, використовуються складні системи контролю і планування
Спад	Обмеження випуску продукції, прибуток знижується

На нашу думку, критерії визначення стадії розвитку підприємства потребують більш глибокої класифікації. Наприклад, якщо підприємство має значну фінансову підтримку та високоліквідні активи, віковий критерій підприємства на стадії розвитку може зменшуватися. Встановлення рівня продажів на певному рівні (const) на стадіях розвитку, зрілості та розквіту, як ми вважаємо, повинне відбуватися з урахуванням галузі, до якої належить підприємство, особливостей виду діяльності та ін. Також нерозглянутим питанням залишається можливість застосування визначених критеріїв до благодійних організацій та некомерційних установ.

Іншими дослідниками охарактеризовано стадії розвитку підприємства через його стан, організаційну структуру, інновації та стратегії (табл. 2).

Цей підхід, вважаємо, є більш обґрунтованим, поєднуючи комплексно фактичний стан підприємства, засади менеджменту та маркетингу.

На думку групи вчених, теорія життєвого циклу підприємства потребує перегляду з нових системно-інтеграційних позицій. Розуміння організації як системи є аксіомою сучасної управлінської теорії. Проте при розробці еволюційних підходів принцип системності не реалізується повною мірою. Організація в теоріях життєвих циклів з'являється як умовно первинний елемент аналізу, динаміка її внутрішньої структури системно не вивчається. Нині можна говорити про низку підходів, які цілеспрямовано досліджують трансформацію окремих складових внутрішнього середовища організації з часом [7].

Ми приходимо до висновку, що більшість моделей, які описують життєвий цикл підприємства, спираються

на управлінську теорію та теорію менеджменту. Хоча, з одного боку, на стадії (етапі) створення управляти можна лише думкою або ідеєю до моменту фактичного заснування підприємства та його організаційної структури. З іншого боку, обмежень досліджень взаємозв'язку життєвого циклу товару і життєвого циклу підприємства не дозволяє з'ясувати залежність їхнього існування.

Одну з перших спроб створити аналітичну основу для визначення маркетингової стратегії зробила теорія життєвого циклу товару. Ця концепція описує збут продукту, прибуток, конкурентів і стратегію маркетингу з моменту вступу товару на ринок і до його зняття з ринку [8]. Вона була уперше опублікована Теодором Левіттом у 1965 р. Концепція виходить з того, що будь-який товар рано чи пізно витісняється з ринку іншим, досконалішим або дешевшим.[9].

Концепція життєвого циклу товару допомагає інтерпретувати динаміку продукту і ринку. Як інструмент планування, вона дозволяє менеджменту компанії визначати основні завдання маркетингу на кожному етапі циклу і розробляти альтернативні маркетингові стратегії. Як інструмент контролю, дає можливість оцінити результативність випуску товару порівняно зі схожими продуктами. Критики цієї концепції стверджують, що на підприємствах часто не знають, на якій стадії розвитку знаходиться товар / послуга, що випускається ними. Схема життєвого циклу товару є не стільки «постійним спрямуванням», яким повинен займатися відділ продажів, скільки результатом реалізації маркетингової стратегії.

Таблиця 2. Особливості організацій на різних стадіях розвитку [4]

Фази розвитку	Стан (Situation)	Організаційна структура (Organization)	Інновації і стратегія (Innovation & Strategy)
Зародження	<ul style="list-style-type: none"> – маленька фірма; – молода; – управління в руках власника; – однорідне мирне оточуюче середовище 	<ul style="list-style-type: none"> – неформальна структура; – централізована влада; – непродумані методи прийняття рішення та передачі інформації 	<ul style="list-style-type: none"> – значна кількість нововведень у виробничій лінії; – стратегія зайняти власну нішу; – готовність до ризику
Розвиток	<ul style="list-style-type: none"> – середній розмір; – старша за віком; – значна кількість акціонерів; – більш конкурентне оточуюче середовище 	<ul style="list-style-type: none"> – деяка формалізація структури; – функціональний розподіл; – помірна централізація; – первинний розвиток методів передачі інформації та прийняття рішень 	<ul style="list-style-type: none"> – розширення ринку в найближчих областях; – збільшення виробництва; – стрімке зростання
Зрілість	<ul style="list-style-type: none"> – розсіяне управління; – конкурентне оточуюче середовище 	<ul style="list-style-type: none"> – формальна бюрократична структура; – помірна диференціація; – первинний розвиток методів передачі інформації та прийняття рішень 	<ul style="list-style-type: none"> – закріплення ринку продажів; – консерватизм; – зниження темпів зростання
Розквіт	<ul style="list-style-type: none"> – великий розмір; – складне і динамічне оточуюче середовище 	<ul style="list-style-type: none"> – висока диференціація; – методи прийняття рішень формалізовані; – помірна диференціація 	<ul style="list-style-type: none"> – вихід на суміжні ринки; – високий рівень ризику; – стрімке зростання; – міцні інновації
Спад	<ul style="list-style-type: none"> – займає значну частину ринку; – однорідне і конкурентне середовище 	<ul style="list-style-type: none"> – формальна, бюрократична структура 	<ul style="list-style-type: none"> – низький рівень інновацій; – злиття; – уникнення ризику

Дослідження історії розвитку теорії життєвого циклу свідчать про першочергове застосування цього поняття безпосередньо до товару, що виготовляє підприємство, з часом поняття почали використовувати при дослідженні життєвого циклу підприємства. На нашу думку, взаємозалежність цих категорій необхідно враховувати при плануванні в маркетингу.

Ідея створення підприємства (бізнесу) починається з виявлення потреб певного сегменту споживачів. Наступний етап передбачає розробку товару / послуги, які задовольняють виявлені потреби, тобто

підприємство не в змозі функціонувати без пропозиції на ринку. Особливо чітко цю тенденцію можна відслідкувати на прикладі сучасних ресурсів Internet-мережі, де просування товару / послуги зведено до мінімуму, при цьому споживачу не відомо, хто його пропонує.

Таким чином, у цьому аспекті ключова роль відводиться ефективному маркетинговому плануванню, що описує життєвий цикл товару відповідно до особливостей стадій розвитку підприємства.

Список літератури

1. Hill, Charles. *International Business Competing in the Global Marketplace 6th ed.* : McGraw-Hill, 2007.- pp. 168
2. *Life cycle analysis and product costing [Електронний ресурс]* – Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/text/19186535/>
3. Акулов В. Б. *Теория организации : учебное пособие* / В. Б. Акулов, М. Н. Рудаков. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2002. – 142 с.
4. Моргунов Е. Б. *Анализ и развитие жизненного цикла предприятия [Електронний ресурс]* / Е. Б. Моргунов. – М. : 2004. – Режим доступу: <http://ecsocman.hse.ru/text/19186535/>
5. Адизес И. *Управление жизненным циклом корпорации* / И. Адизес. – СПб.: Питер, 2007.
6. *The Organizational life cycle. [Електронний ресурс]* / John Robert Kimberly, John Kimberly, Robert H. Miles . – Режим доступу : http://books.google.co.th/books?id=MRVHAAAAMAAJ&hl=th&sitesec=reviewshttp://books.google.co.th/books/about/The_Organizational_life_cycle.html?hl=th&id=MRVHAAAAMAAJ Jossey: Bass Publishers, 1980 – 492 p.
7. Алексеева М. *Планирование деятельности фирмы : уч.-метод. пособ.* / М. Алексеева. - М. : ФУС, 2003. – 248 с.
8. *Новый англо-русский словарь-справочник. Экономика.* / О. В. Сиполс. – М. Флинта, Наука 712 с.
9. Levitt Th. *Exploit the Product Life Cycle* / Theodore Levitt // *Harvard Business Review*: Vol 43, November-December 1965, pp 81-94.

РЕЗЮМЕ

Соломянюк Наталья

Теория жизненного цикла при планировании в маркетинге

В статье рассмотрено происхождение теории жизненного цикла, исследованы основные модели жизненного цикла предприятия, стадии и характеристики, которые определяют эволюцию его развития. Определены особенности планирования в маркетинге в зависимости от стадий развития предприятия.

RESUME

Solomyanyuk Natalia

Theory of life cycle at the planning in marketing

The theory of life cycle is considered in the article. The basic models of enterprise life cycle, stages and description that determine the evolution of its development are investigated. The peculiarities of planning in marketing depending on the stages of development of enterprise are determined.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

СУЧАСНИЙ СТАН МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРЕСИВНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

У роботі розглянуто сучасний стан машинобудівної галузі України. Визначено слабкі та сильні її сторони. Описано основні перспективи машинобудівних підприємств від впровадження вартісно-орієнтованого управління.

Ключові слова: машинобудування, вартість, вартісно-орієнтоване управління.

Машинобудування в Україні є однією з найголовніших та стратегічних галузей в економіці. Машинобудівна галузь відіграє значну роль у зростанні економіки багатьох країн у світі та грає ключову роль у створенні їх матеріально-технічної бази. У сучасних умовах, особливо в індустріальній економіці, їй належить винятково важлива роль у прискоренні науково-технічного прогресу. Так важка промисловість формує понад 80% загальної вартості реалізованої продукції промисловості, зокрема на машинобудування припадає 12–14% [1, с. 57–63].

Станом на 2010 рік машинобудування України як потужний сектор промисловості об'єднує 11267 підприємств, з яких 146 – великих, 1834 – середніх та 9287 – малих з виробництва різноманітних машин і устаткування, приладів і апаратури тощо [2, с. 138–150].

Аналіз діяльності машинобудівної галузі України у своїх працях розглядали такі вітчизняні науковці, як Барташевська Ю. М., Буряк П. Ю., Дзюба М. І., Ромусік Я., Ткачова Н. П., Шапуров О. О., Яремко І. Й. та інші.

У наш час перед вітчизняними підприємствами машинобудівної галузі постали проблеми, які потребують найшвидшого розв'язання, наприклад залучення інвестицій та підвищення рівня конкурентоспроможності, збут продукції, впровадження нових технологій та інше.

У зв'язку з цим посилення конкурентних переваг підприємств машинобудівної галузі відіграє ключову роль у розвитку економіки України загалом. На нашу думку, впровадження новітніх систем управління на машинобудівних підприємствах є необхідним та важливим завданням, оскільки дозволить розв'язати задачі, пов'язані з залученням інвестиційних ресурсів та їх розвитком.

Метою наукової роботи є аналіз потенціалу та визначення тенденцій та чинників розвитку машинобудівної галузі України, виявлення та узагальнення факторів впливу, розробка рекомендацій щодо покращення діяльності машинобудівних підприємств України.

Малий та середній бізнес є незамінним структурним елементом ринкової економіки. Досвід розвинених країн показує, що малий та середній бізнес (надалі – МСБ) відіграє дуже велику роль у розвитку економіки, його розвиток впливає на економічний рівень країни, на створення нових робочих місць, на забезпечення новими товарами населення країни, тобто вирішує низку економічних, соціальних та інших проблем. МСБ давно став одним із найбільших секторів економіки

розвинених країн. Як показує сучасний досвід розвитку підприємництва, саме він є найбільш пристосованим до впровадження прогресивних методів господарювання. МСБ може досить швидко і без негативних наслідків змінювати виробничі програми, відмовлятися від випуску нерентабельної продукції, замінюючи його на випуск високорентабельної. Шляхом збільшення кількості та ефективності діяльності МСБ пішла і Україна. Як слід зазначити, починаючи з 2001 року, кількість машинобудівних підприємств постійно зростає, незначний спад у зростанні спостерігався лише у 2006 році.

Підсумовуючи вищесказане, можемо зробити висновок, що рушійною силою розвитку економіки України є машинобудування, у свою чергу малий і середній бізнес є невід'ємним елементом машинобудування та будь-якої розвинутої ринкової економіки, основою соціального, економічного, науково-технічного розвитку суспільства та засобом реалізації підприємницького потенціалу населення.

Так частка машинобудування у загальному обсязі реалізованої промислової продукції у 2011 році складає 6,3% [4]. Згідно з даними Державного комітету статистики частка машинобудівних підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції промислових підприємств складала: у 2007 році – 13,7%, 2008 році – 13,3%, 2009 році – 10,6%, 2010 році – 10,9%, 2011 році – 6,3% і у першому півріччі 2012 року – 7,3%. При цьому необхідно враховувати той факт, що в економічно розвинених країнах частка машинобудівних підприємств складає від 30 до 50% загального обсягу випуску промислової продукції (у Німеччині – 53,6%, Японії – 51,5%, Англії – 39,6%, Італії – 36,4%, Китаї – 35,2%). Така галузева структура економіки країни, з метою підтримки конкурентоздатності та подальшого розвитку, обумовлює необхідність технічного переозброєння всієї промисловості кожні 8–10 років. При цьому частка продукції машинобудування у ВВП країн Євросоюзу складає 36–45%, у США – 40%, у Росії машинобудування забезпечує 18% ВВП [2, с. 138–150]. Таким чином, можна зробити висновок, що частка машинобудівної галузі України у загальній структурі реалізованої продукції є досить невеликою і потребує збільшення. Одним з варіантів вирішення цієї проблеми є підвищення ефективності діяльності машинобудівних підприємств за рахунок оновлення технологічної бази, введення інноваційних процесів на підприємстві та нових систем управління, орієнтованих на вартість бізнесу.

Разом з тим слід виокремити низку негативних особливостей, які здатні впливати на успішне впровадження сучасних методів управління і створення додаткової вартості, характерних для українського машинобудування. Так переважна більшість великих українських машинобудівних підприємств, наприклад, таких, як ПАТ «Стахановський вагобудівний завод», ПАТ «Азовзагальмаш», ПАТ «Турбоатом» та інші, була заснована ще за часів СРСР, що зумовлює їх дуже великі розміри та містотвірний характер. У результаті цього промисловість мала галузевий принцип з високим

рівнем спеціалізації, низьким рівнем міжгалузевого і внутрішньогалузевого обміну та значною залежністю від транспортної мережі. Тому саме низький рівень комунікації та обміну заважає українським підприємствам повністю змінити радянську та пострадянську систему управління на нові більш прогресивні та якісні системи управління.

Слід зазначити, що на сучасному етапі машинобудівний комплекс України за темпами розвитку перевищує аналогічні показники промисловості.

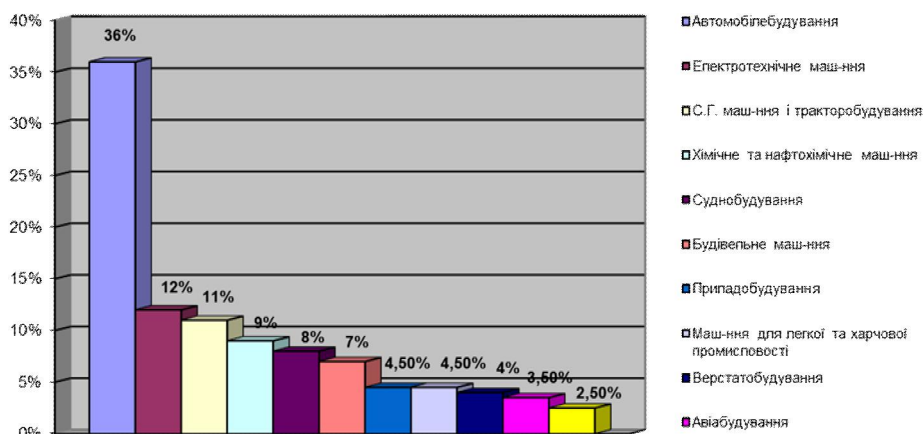


Рис. 1. Структура цивільних галузей машинобудування України у 2010 році [3].

Таблиця 1. Індекс промислової продукції за видами діяльності (у відсотках до попереднього року)

Галузь	2000 р	2005 р	2006 р	2007 р	2008 р	2009 р	2010 р	2011 р
Промисловість	113,2	103,1	106,2	107,6	94,8	78,1	111,2	107,6
Переробна промисловість	116,6	103	106,3	109,9	94	73,5	113,9	108,2
Машинобудування	115,3	107,1	111,8	119	100,3	55,1	136,1	117,2

Серед інших характерних особливостей машинобудування слід назвати наступні: високий рівень накладних витрат; високий рівень металоємності; високий рівень енергозатрат; низький рівень рентабельності; тривалий виробничий цикл; тривалий період повернення інвестицій; досить низький рівень фондовіддачі; потреба у високотехнологічному обладнанні та висококваліфікованих працівниках; нерозвиненість інфраструктури внутрішнього ринку; застарілий рівень основних засобів; вплив цінних робочих кадрів до інших країн; відсутність програм та механізмів, що стимулюють впровадження інновацій та проведення науково-дослідних робіт.

Ці характеристики описують сучасний стан машинобудівних підприємств України, та саме їх наявність знижує конкурентні переваги вітчизняних підприємств порівняно з закордонними. Для покращення стану справ машинобудівний комплекс потребує термінової реконструкції виробничої бази для підвищення якості продукції, підвищення оплати праці працівникам, налагодженню більш ефективного виробничого процесу. На думку автора, більшість цих проблем може усунути впровадження вартісно-орієнтованого управління. Оскільки, як показує досвід 250 відомих зарубіжних компаній, які вже тривалий час використовують вартісно-орієнтоване управління, а

також досвід низки російських компаній, які вже зробили перші кроки в напрямку впровадження цієї концепції, якщо управління вартістю організоване належним чином, підприємство отримує суттєві вигоди, наприклад, у сфері страхування середній приріст вартості бізнесу складає 25%, у банківській сфері – 120%, у сфері телекомунікацій – 200-250%. Але при цьому слід мати на увазі, що впровадження системи вартісно-орієнтованого управління – достатньо тривалий процес і західні спеціалісти оцінюють його тривалість у середньому у два-три роки [5, с. 29-33].

Упровадження цієї концепції управління допоможе керівникам підприємств виявити ключові показники ефективності діяльності, що значно покращить виробничий процес, змінить систему оплати праці, що поліпшить мотивацію працівників підприємства, а найголовніше – підвищить вартість підприємства та поліпшить її репутацію на ринку для залучення інвестицій і оновлення матеріальної бази підприємства.

Застосування концепції вартісно-орієнтованого управління дає змогу підприємству поєднати цільові підходи розвитку, встановлювати мету для кожного рівня діяльності, розробити та впровадити стратегію розвитку згідно з розмірами компанії, виду її діяльності, рівня кооперації, потенціалу та рівня кваліфікації персоналу. Тобто впровадження інновацій на підприємствах машинобудівної галузі є запорукою її

успішного розвитку. Тенденції впровадження підприємствах України наведено у таблиці 2. інноваційних технологій на машинобудівних

Таблиця 2. Частка промислових підприємств, які впроваджували інноваційні технології впродовж останніх 3-х років дослідження за типами діяльності та за видами діяльності (у відсотках)

Тип та вид діяльності	Інноваційна продукція		Інноваційні процеси		Організаційні інновації		Маркетингові інновації	
	2007-2009 рр.	2009-2011 рр.	2007-2009 рр.	2009-2011 рр.	2007-2009 рр.	2009-2011 рр.	2007-2009 рр.	2009-2011 рр.
Галузь								
Промисловість	10,8	11,4	10,7	11,5	4,2	3,8	4,2	3,7
Машинобудування	20,6	22,4	16,3	17,2	8,1	7,3	7,4	6,5
У т.ч. виробництво машин	18,4	20,1	15,9	15,5	8	7,4	7,6	6,1
Електричне, електронне, оптичне устаткування	22,7	22,6	17,1	17,7	7,5	5,6	6,7	5,9
Транспортні засоби	23,7	29,9	15,7	21,5	9,7	10,6	8	9,1

Необхідність оновлення обладнання та впровадження нових технологій виробництва та управління на українських підприємствах набула актуальності ще за часів перехідного періоду національної економіки, але через недостатність фінансових ресурсів проблеми відновлення потенціалу машинобудівної галузі через використання інноваційних технологій, розвиток наукомісткого машинобудування, забезпечення конкурентоспроможності кінцевої продукції вирішуються надто повільно. Невисокий рівень інноваційної активності підприємств стримує розвиток машинобудування та промисловості загалом та не дозволяє вітчизняній продукції конкурувати з іноземною та завойовувати нові ринки збуту. Так, якщо

взяти за приклад вітчизняну автопромисловість, то можна зробити висновок, що вітчизняні авто не можуть гідно конкурувати з іноземними аналогами без уведення захисних програм українським урядом. На нашу думку, насамперед це пов'язано з тим, що при управлінні західними компаніями-виробниками використовуються прогресивні управлінські концепції, зокрема вартісно-орієнтоване управління, які безпосередньо впливають на постійне вдосконалення продукції, ефективний контроль та мінімізацію усіх видів витрат, підвищення рівня конкурентоспроможності та освоєння нових ринків збуту.

Таблиця 3. Інноваційні процеси в українській промисловості у 2006-2011 рр.

Показники	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Частка підприємств, що займається інноваціями, %	10	11,5	10,8	12,8	13,8	16,2
Упровадженні нових технологічних процесів, шт.	1145	1419	1647	1893	2043	2510
Упровадження інноваційних видів продукції, шт.	2408	2526	2446	2685	2408	3238
Частка реалізованих інноваційних продуктів у загальному обсязі реалізованої продукції, %	6,7	6,7	5,9	4,8	3,8	3,8

З наведених даних у таблицях 2 та 3 можна зробити висновок, що впровадження інноваційних процесів на машинобудівних підприємствах знаходиться на низькому рівні порівняно із західними компаніями, але з кожним роком спостерігається невелика позитивна динаміка зростання впровадження інноваційних процесів. Разом з тим наявність саме цих характеристик зумовлює одну з найголовніших переваг машинобудівної галузі – високу капіталізацію, а тому і високу акціонерну вартість на фондовому ринку за рахунок стабільності.

Слід нагадати, що машинобудування – це насамперед технології, тому науково-технічний прогрес і технологічні інновації є вирішальними факторами розвитку і зростання машинобудівного комплексу. Наприклад, західноєвропейські технологічні компанії кожні сім-десять років проводять оновлення

обладнання, постійно набувають ліцензії, фінансуються дорогої дослідження в області інноваційних технологій [6].

Технології, які використовуються у вітчизняній машинобудівній галузі, порівняно з технологіями західних країн, є не тільки фізично, але і морально застарілими. Тому для вирішення цих проблем необхідні значні об'єми інвестицій. Темпи ж інвестицій у вітчизняну промисловість та у машинобудування зокрема зменшилися у зв'язку з світовою фінансовою кризою. Так у 2007 році обсяг прямих інвестицій в Україну складав 29,5 млрд дол., у 2008 році – 35,6 млрд дол., у 2009 році – 40 млрд дол. та у 2010 році – 44,7 млрд дол. З наведених даних видно, що пріріст прямих інвестицій знизився з 20,6% у 2008 році до 12% у 2010 році [4].

Таблиця 4. Інвестиції в основний капітал українських підприємств у 2006-2011 рр.

Показник	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Індекс інвестицій в ОК, %	119	129,8	97,4	58,5	99,4	122,4
Інвестиції в ОК, млрд грн	125,3	188,5	233,1	151,8	150,7	209,1

Для вирішення наведених проблем була розроблена загальнодержавна цільова програма розвитку промисловості України на період до 2017 року [7]. Так стратегічною метою цієї програми є: підвищення конкурентоспроможності економіки і забезпечення входження України в коло економічно розвинених країн світу за рахунок створення сучасного, інтегрованого у світове виробництво і здатного до інноваційного розвитку промислового комплексу. За цією програмою машинобудування стає авангардною ланкою промислового комплексу. Темпи його розвитку мають перевищувати загальні темпи зростання промислового виробництва, створюючи умови для структурно-інноваційної перебудови і технічного переоснащення всіх галузей економіки.

Також стан машинобудівних підприємств, їх перспективи розвитку та стимулювання висвітлено у державній програмі розвитку машинобудування на 2006-2011 роки [8]. Вона спрямована на забезпечення споживачів сучасною високоефективною продукцією машинобудування вітчизняного виробництва. Також метою цієї програми є створення конкурентоспроможного машинобудівного комплексу, здатного в умовах інтеграції та глобалізації розв'язувати завдання щодо забезпечення основних секторів реальної економіки інноваційно-ефективною продукцією власного виробництва, а також збільшення обсягу її експорту.

Програмою передбачається здійснення наступних заходів: освоєння нових видів конкурентоспроможної продукції; удосконалення структури виробництва, розвиток потужностей, зокрема впровадження систем управління якістю, екологією та безпекою згідно з міжнародними стандартами ISO-9000, ISO-14000, OHSAS-18000; розвиток внутрішнього і зовнішнього ринку та його інфраструктури; прискорення інноваційного розвитку галузі машинобудування через:

- формування стабільної гнучкої системи державної підтримки інноваційного розвитку;
- створення цілісної системи науково-технологічного забезпечення;
- створення механізму залучення інвестицій для інноваційного розвитку;
- стимулювання підприємств щодо переходу на сучасні методи проектування та освоєння виробництва нової прогресивної техніки;
- формування макротехнологічних комплексів із створення і виробництва продукції машинобудування за підгалузями;
- модернізації національного машинобудівного комплексу, його інтегрування зі світовою системою машинобудування;
- удосконалення нормативно-правового забезпечення.

Упровадження всіх вищезазначених заходів прямо впливає на інвестиційну привабливість вітчизняних машинобудівних підприємств, що знаходить відображення в ринковій капіталізації компаній і, як наслідок, є допоміжним інструментом при застосуванні вартісно-орієнтованого управління.

Таким чином, можна зробити висновок, що для успішного впровадження вартісно-орієнтованого управління і, як наслідок, більш ефективної діяльності підприємств українського машинобудування слід здійснити наступні дії:

- прискорити впровадження новітніх технологічних і управлінських процесів у машинобудуванні за рахунок використання корпоративного венчурингу (партнерства між великими та малими підприємствами);
- проводити національну політику міжнародного співробітництва, яка поєднує реалізацію спільних проектів, участь у технологічних ланцюгах, закупівлю комплектуючих і технологій та входження до стратегічних альянсів і спільних проектів із закордонними країнами;
- застосовувати стратегію стимулювання розташування замкнених виробництв усередині країни, перш за все високотехнологічних, що дозволить збільшити кількість робочих місць, підвищити продуктивність праці та рівень життя [11, с. 22-25].

Але за умов високої конкуренції вітчизняним компаніям залучати інвестиції стає дедалі важче. Одним із шляхів вирішення цієї проблеми є приклад закордонних машинобудівних та інших компаній. Переважна більшість з них у боротьбі за прихильність інвесторів покращувала показники ефективності діяльності та нарощувала акціонерну вартість за рахунок упровадження новаторських управлінських систем. Однією з найбільш ефективних є концепція вартісно-орієнтованого управління. Так прихильниками концепції вартісно-орієнтованого управління та інших стратегічних систем управління є такі всесвітньо відомі компанії, як: «Boeing», «Siemens», «General Motors», «General Electric», «British Aerospace», «ABB LTD.», «Textron», «TYCO» та багато інших.

Слід зазначити, що за даними всесвітньовідомої консалтингової компанії Boston Consulting Group, серед компаній машинобудівної галузі, які є клієнтами BCG за період з 2006-2010 року, середній показник загальної акціонерної віддачі першої десятки компаній-лідерів знаходиться в діапазоні від 23,8% до 58,8%. Це, на відміну від інших компаній, які не використовують концепцію вартісно-орієнтованого управління, значно перевищує середньостатистичне значення, яке може знаходитися нижче мінімального значення показника загальної акціонерної віддачі першої десятки компаній-лідерів.

З наведеної у таблиці 5. інформації можна зробити висновок, що компанії машинобудівної галузі, які користуються концепцією вартісно-орієнтованого управління є більш конкурентоздатними порівняно з їх конкурентами. Навіть незважаючи на світову економічну кризу у 2008 р. ці підприємства нарощували акціонерну вартість високими темпами порівняно з іншими компаніями з аналогічної галузі, які не використовують концепцію вартісно-орієнтованого управління.

Таблиця 5. Світові лідери загальної акціонерної віддачі машинобудівної галузі

	Назва компанії	Країна	Показник TSR	Ринкова капіталізація, млрд дол.
1.	United Tractors	Індонезія	50,8	9,3
2.	Hyundai Heavy Industries	Південна Корея	44,7	24,9
3.	Cummins	США	39,3	21,5
4.	Bucyrus International	США	38,9	7,2
5.	FMC Technologies	США	32,9	10,7
6.	Alfa Laval	Швеція	29,9	9,7
7.	Wartsila	Фінляндія	26,8	8,1
8.	Sembcorp Marine	Сінгапур	26,7	9
9.	Flowserve	США	25,8	6,6
10.	Kone	Фінляндія	23,8	15,3

Головна мета розвитку машинобудування України – задоволення внутрішнього попиту на машинобудівну продукцію, розширення присутності на зовнішніх ринках. Мету має бути досягнуто на основі перетворення машинобудування у конкурентоспроможний, ефективний, високотехнологічний і сприйнятливий до інновацій комплекс, що динамічно розвивається, інтегрований у систему міжнародного розподілу праці.

Таким чином, можна зробити висновок, що машинобудування відіграє визначальну роль у розвитку економіки України. Серед основних чинників, які гальмують розвиток машинобудування, слід виділити: неповну завантаженість виробничих потужностей, зниження інноваційної активності підприємств, значну

зношеність основних засобів, низький попит на продукцію українського машинобудування на зовнішньому ринку. Для подолання цих проблем підприємствам необхідно визначити перспективи подальшого розвитку, розробити стратегії для досягнення поставлених цілей та заходів для підвищення конкурентоспроможності, мобілізувати фінансові ресурси для покращення їх діяльності в майбутньому.

Слід зазначити, що впровадження вартісно-орієнтованого управління на підприємствах машинобудівної галузі України здатне істотно покращити усі показники, які характеризують не лише фінансово-господарську діяльність, але й конкурентоспроможність продукції та її частку ринку.

Список літератури

1. Шапуров О. О. Стан і тенденції розвитку машинобудування / О. О. Шапуров // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 57–63.
2. Ткачова Н. П. Машинобудування України: сучасний стан та перспективи розвитку конкурентних переваг / Н. П. Ткачова. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2011. – № 25. – С. 138-150;
3. Статистичний щорічник України, 2010. – Київ, 2011. – 560 с.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua.
5. Школьник, І. О. Фінансовий менеджмент як необхідна складова ефективної системи управління підприємством [Текст] / І. О. Школьник, Т. М. Мельник // Вісник Української академії банківської справи. – 2003. – № 1. – С. 29-33.
6. Цой Р. А. \ Оценка рыночной стоимости российских промышленных компаний с учетом влияния корпоративного управления: дис. на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.10 / Розалина Александровна Цой. – Ростов-на-Дону, 2007. – 174 с.
7. Проект концепції «Загальнодержавної цільової програми розвитку промисловості України на період до 2017 року».
8. Державна програма розвитку машинобудування на 2006-2011 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.04.2006 р. №516.
9. Воловець Н. Я. Логістичні стратегічні рішення машинобудівних підприємств в умовах євроінтеграції / Н. Я. Воловець // Національний університет «Львівська політехніка». – 2010. – №669. – С. 8-15.
10. Буряк П. Ю. Інтегровані підприємницькі структури: перспективи розвитку в Україні / П. Ю. Буряк. – Л. : Логос, 2003. – 564 с.
11. Ромусік Я. Перспективи розвитку машинобудування України на тлі світових тенденцій / Я. Ромусік // Економіст. – 2010 – № 9. – С. 22–25. 12. Сайт компанії "Стратегічний партнер" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.s-p.com.ua/>.

РЕЗЮМЕ

Сотников Андрей

Современное состояние машиностроительной отрасли Украины и перспективы внедрения прогрессивных систем управления

В работе рассмотрено современное состояние машиностроительной отрасли Украины и определены слабые и сильные ее стороны. Описаны основные перспективы машиностроительных предприятий от внедрения стоимостно-ориентированного управления.

RESUME

Sotnikov Andrii

Current status of Ukraine's engineering industry and prospects of progressive management systems

The modern conditions of engineering industry in Ukraine are considered. The strength and weaknesses of engineering industry are defined. The main perspectives of engineering enterprises according to the introduction of value-based management are described.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2013 р.

ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ НА РИНКАХ УКРАЇНИ

У статті систематизовано та проаналізовано дані Державної служби статистики України щодо діяльності ринків як суб'єктів господарювання. Проведене дослідження дозволяє виявити загальні тенденції розвитку ринків як суб'єктів господарювання та зробити висновки про подальші напрями їх розвитку.

Ключові слова: ринок, обсяг продажу товарів на ринках, торгова мережа ринків, спеціалізація торгової мережі на ринках.

Дані Державної служби статистики України свідчать про загальну позитивну тенденцію обороту роздрібно торгівлі загалом та її складових частин, у тому числі – обсягу продажів товарів на ринках. При цьому питома

вага останнього протягом останніх 7-ми років лишається майже незмінною – близько 30%. Дані Державної служби статистики України демонструють рис. 1 та 2.



Рис. 1. Динаміка загального обороту роздрібно торгівлі та його складових за 2006-2012 рр.

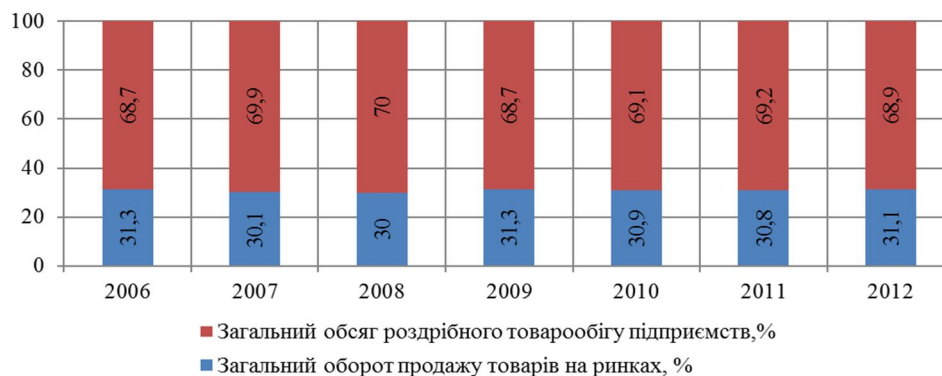


Рис. 2. Динаміка структури обороту роздрібно торгівлі за 2006-2012 рр.

Таким чином, загальна динаміка обороту з продажу товарів на ринках свідчить про її постійне зростання, до того ж її частка є майже постійною і коливається навколо 30% – тобто в середньому третина всього обороту роздрібно торгівлі забезпечують ринки, що свідчить про важливість їх діяльності для української економіки.

Проблеми розвитку та функціонування ринків можна зустріти у працях українських (В. В. Апопія[8], Н. О. Власової [3], Н. О. Голошубової[4], Р. І. Рудницького[10] тощо), російських (Р. І. Бунєвої [2],

Л. П. Дашкова[5], В. К. Памбухчянца [9] тощо) та зарубіжних (Б. Бермана, Д. Еванса[1], К. Р. Макконела, С. Л. Брю[7] тощо) вчених, але при цьому невирішеним залишається питання комплексної оцінки діяльності сучасних ринків на Україні, а також виявлення загальних тенденцій у сегменті ринкової торгівлі.

Завданням нашого дослідження є комплексний аналіз загальнодержавних результатів функціонування ринків та виявлення загальних його тенденцій на майбутнє.

За даними, наведеними на рис. 1 та 2, частка обороту

з продажу товарів на ринках в Україні лишається стійкою протягом останніх семи років, крім того, в абсолютному вимірі обсяг продажу товарів на ринках зріс у 2012 році порівняно з 2006р. на 179, 12 млрд грн або на 252,5% [6; 11].

Статистичний бюлетень «Наявність і використання торговельної мережі на ринках» є офіційним джерелом Державної служби статистики України, в якому

надається детальна інформація про діяльність українських ринків як суб'єктів господарювання.

Найперше, що досліджує служба статистики України, – наявність та використання торговельної мережі на ринках – площу ринків, кількість торговельних місць на них та їх структуру (кількість торговельних підприємств різних типів). Динаміку наявності та використання торговельної мережі на ринках показано в таблиці 1.

Таблиця 1. Динаміка наявності та використання торговельної мережі на ринках

Показники	Наявність на початок року						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Усього ринків	2886	2890	2834	2785	2761	2758	2698
на них торговельних місць – усього	931379	927016	909498	904917	893572	886299	878987
Криті ринки	359	345	336	330	318	319	310
у них торговельних місць – усього	50041	49298	47393	46581	46917	45334	44205
Павільйони	7131	11996	9509	14831	12650	12626	18321
у них торговельних місць	72405	78938	77351	80702	80508	82871	87685
Криті та відкриті столи – торговельних місць	404644	377568	352489	326435	314136	300270	285988
Кіоски, (контейнери тощо)	234176	257136	271688	292422	301021	304547	309387
Лотки (палатки) – усього	111245	110971	108074	111423	104930	109921	108373
Місця для торгівлі з транспортних засобів – торговельних місць	29500	31639	29996	27855	28709	28632	27645
Магазини – усього	16093	19103	23752	25027	24874	26585	26206
Місця для продажу транспортних засобів на відкритих майданчиках – торговельних місць	-	-	-	-	-	-	13723
Об'єкти ресторанного господарства	1939	1877	1861	1709	1682	1649	1595
Готелі	23	25	25	23	21	-	-
у них місць	1165	1206	1078	843	837	-	-
Уся площа ринків, тис. м ²	21058	21150	21204	21164	21674	21471	21318
з неї відведена під торгівлю, тис. м ²	14553	14698	14757	14554	14262	13764	13546

Отже, порівняно з 2006 роком у 2012 кількість ринків скоротилась на 188 одиниць або на 6,5%, а також загальна кількість торговельних місць на них на 52392 одиниці або на 5,6%. Скорочення торговельних місць на ринках відбувається за такими типами торговельних споруд, як торговельні місця на критих ринках (-5836 одиниць або -11,7%), криті та відкриті торгові столи (-118656 одиниць або -29,3%), лотки та палатки (-2872 одиниць або -2,6%), а також місця для торгівлі з транспортних засобів (-1855 одиниць або -6,3%), але водночас спостерігається зростання торговельних місць за такими типами торговельних підприємств, як торговельні місця у павільйонах (15280 одиниць або 21,1%), кіоски та контейнери (75211 одиниць або 32,1%), магазини (10113 одиниць або 62,8%).

Очевидним є той факт, що за останні 7 років на ринках відбулись зрушення у структурі торговельних об'єктів у бік підвищення комфортності торговельного процесу – зменшилась кількість менш «цивілізованих» та комфортних (і з точки зору покупців, і з точки зору ринкових торговців) торговельних місць (торгові місця на критих та відкритих торговельних столах, лотках та палатках та торговельних місць для торгівлі з транспортних засобів) та збільшилась кількість більш «цивілізованих» та зручних торговельних місць (павільйонів, кіосків та контейнерів, магазинів). На рис. 3 покажемо наочно динаміку структури торговельних місць на ринках України.

Так, порівняно з 2006 роком у 2012 питома вага торговельних місць на критих та відкритих столах скоротилась на 11,4% (з 43,4% до 32%), питома вага

торговельних місць для торгівлі з транспортних засобів скоротилась на 0,1%, та досить незначними є зрушення у структурі торговельних місць на критих ринках та лотків і палаток – відхилення відповідно складають -0,5% та -0,2% відповідно, питома вага кіосків та контейнерів зросла на 9,5%, торговельних місць у павільйонах – на 2%, а магазинів – на 1,2%, у 2012 році з'явився новий об'єкт на ринках – місця для продажу транспортних засобів на відкритих майданчиках і його питома вага склала 1,5%.

Стає зрозумілим, що зміна структури зумовлена перерозподілом кількості торговельних місць між критими та відкритими торговельними столами та кіосками і контейнерами, які є найбільш популярними торговельними місцями.

Причому вони є популярними як для ринків, тобто їх власників, так і для орендарів. З точки зору ринку як власника торговельних місць, кіоски та торгові столи є вигідними через невисокий рівень капітальних вкладень у їх спорудження та обслуговування (вони не потребують капітального будівництва та ремонту, а також потребують менше витрат на поточне обслуговування), а для орендарів – через відносно невисокий рівень орендної плати.

Результати аналізу дають можливість стверджувати, що саме зараз на українських ринках відбувається структурна перебудова матеріально-технічної бази – менш зручні та комфортні торгові місця замінюються більш комфортними, але такими, що потребують більших витрат як з боку власника ринку, так і з боку орендаря торговельної площі.

Крім того, негативний вплив на діяльність ринків здійснює і нестабільність зовнішнього середовища (невизначеність наслідків фінансово-економічної кризи та прогнозів розвитку економіки, коливання кредитних

ставок, інфляційні процеси) і результатом є скорочення кількості підприємців і підприємств, що здійснюють підприємницьку діяльність на ринку, скорочення кількості ринків та торгових місць на них.

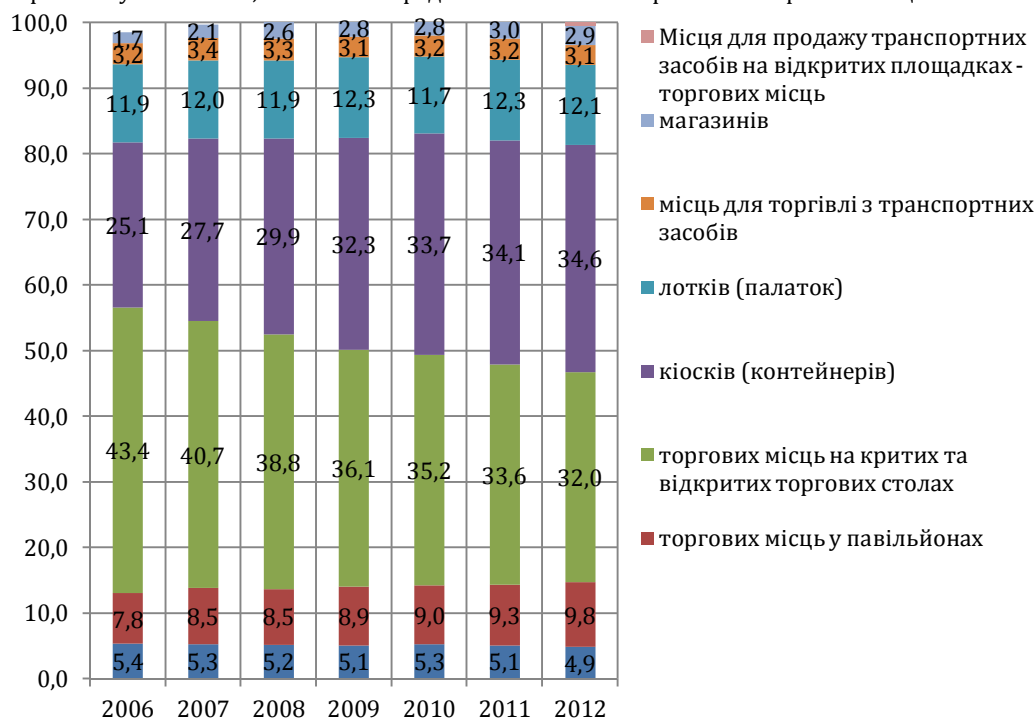


Рис. 3. Динаміка структури торгових місць на ринках України у 2006-2012 рр.

Але з даних таблиці 1 можна побачити, що при зміні кількості ринків майже незмінними є загальна та торговельна площі ринків, тобто скорочення кількості ринків призводить до їх укрупнення – так у 2006 році середня площа 1 ринку складала 7,30 тис. м², а у 2012 вже 7,9 тис. м² (відхилення складає 0,6 тис. м² або 8,29%), площа ринків, відведена під торгівлю, змінилась з 5,04 тис.м² у 2006 році до 5,02 тис. м² у 2012 (відхилення складає -0,02 тис. м² або -0,43%), а загальна площа торгового місця коливається від 22,61 м² у 2006 до 24,25 м² у 2012 (відхилення складає 1,64 м² або 7,3%), а «корисна» площа торгового місця коливається від 15,63 м² у 2006 до 15,41 м² у 2012 (відхилення складає -0,22 м² або -1,3%). За таких умов, коли загальна площа зростає у більшому ступені, ніж «корисна» площа кожного торговельного місця, можна робити висновок

про появу додаткових приміщень неторговельного (господарського або сервісного) призначення. Така тенденція означає підвищення комфортності торгового місця або для покупця, що здійснює покупку на ньому, або для орендаря, який працює на ньому.

Така тенденція (змін у структурі типів торговельних підприємств) протримається ще деякий час на українських ринках – тобто продовжиться підвищення «комфортності» торгових місць, укрупнення цих торгових місць і ринків загалом на фоні зменшення кількості торгових місць.

Своєрідним показником ефективності діяльності ринків є показники питомого обсягу продажу товарів у розрахунку на 1 ринок, на 1 торгове місце на ринку, на 1 м² загальної площі та на 1 м² торгової площі – динаміка цих показників проаналізована в таблиці 2.

Таблиця 2. Динаміка показників питомого обсягу продажу товарів на ринках у 2006-2012 рр.

Показники	Значення за роками						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Питомий обсяг продажу товарів у розрахунку на 1 ринок, млн. грн. /од.	24,61	33,19	47,56	49,77	59,30	75,35	92,71
Питомий обсяг продажу товарів у розрахунку на 1 торгове місце, млн. грн. /од.	0,08	0,10	0,15	0,15	0,18	0,23	0,28
Питомий обсяг продажу товарів у розрахунку на 1 м ² загальної площі ринку, тис. грн. /м ²	3,37	4,54	6,36	6,55	7,55	9,68	11,73
Питомий обсяг продажу товарів у розрахунку на 1 м ² торговельної площі ринку, тис. грн. /м ²	4,88	6,53	9,13	9,52	11,48	15,10	18,47

З даних таблиці видно, що показники питомого обсягу продажу суттєво зросли – так питомий обсяг продажу товарів в розрахунку на 1 ринок у 2006 році складає 24,61 млн грн /од., а у 2012 – 92,71 (відхилення складає 68,1 млн грн /од або 276,75%), питомий обсяг продажу товарів у розрахунку на 1 торгове місце у 2006 році складає 0,08 млн грн /од., а у 2012 – 0,28 млн грн /од. (відхилення складає 0,2 млн грн /од або 273,2%), питомий обсяг продажу товарів у розрахунку на 1 м² загальної площі ринку у 2006 році складає 3,37 тис. грн /м², а у 2012 – 11,73 тис. грн /м² (відхилення складає 8,36 тис. грн /м² або 247,91%), а питомий обсяг продажів

товарів у розрахунку на 1 м² торгової площі складає 4,88 тис. грн /м², а у 2012 – 18,47 тис. грн /м² (відхилення складає 13,59 тис. грн /м² або 278,39%). Тобто, незважаючи на скорочення кількості ринків, їх обсяг щодо продажів товарів продовжує зростати і разом з ним підвищується ефективність діяльності ринків як суб'єктів господарювання.

Наступний об'єкт дослідження служби статистики України – спеціалізація торгової мережі на ринках. Динаміку кількості ринків за спеціалізацією показано в таблиці 3.

Таблиця 3. Аналіз спеціалізації торговельної мережі на ринках України в 2006-2012 рр.

Показники	Значення на початок року						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Усього ринків, у тому числі	2886	2890	2834	2785	2761	2758	2698
продовольчі	502	498	477	425	398	407	390
сільськогосподарські	293	285	274	255	241	248	229
інші продовольчі	209	213	203	170	157	159	161
непродовольчі	719	736	712	705	689	699	667
речові	362	374	368	365	355	349	320
автомобільні	64	64	56	56	57	52	45
тварин та зооринки	45	41	39	34	33	32	31
квіткові	53	56	52	52	49	47	42
книжкові	11	12	10	9	9	9	9
будматеріалів і сантехники	20	25	24	24	26	28	25
інші непродовольчі	133	125	117	117	109	127	137
запчастин	31	39	46	48	51	55	58
змішані	1665	1656	1645	1655	1674	1652	1641

З даних таблиці видно, що динаміка більшості типів ринків повторює загальну динаміку ринків – спостерігається зниження кількості ринків різних типів, але при цьому кількість ринків окремих типів зростає.

Отже, зниження кількості спостерігається за такими типами ринків: продовольчими (зниження складає 112 одиниці або 22,3%) – в тому числі – сільськогосподарськими (зниження складає 64 одиниці або 21,8%) та іншими продовольчими (зниження складає 48 одиниць або 23%); непродовольчими (зниження складає 52 одиниці або 7,2%) – в тому числі – речовими (зниження складає 42 одиниці або 11,6%), автомобільними (зниження складає 19 одиниць або 29,7%), зооринками та ринками тварин (зниження складає 14 одиниць або 31,1%), квітковими (зниження складає 11 одиниці або 20,8%), книжковими (зниження складає 2 одиниці або 18,2%), змішаними (зниження складає 24 одиниці або 1,4%). Зростання кількості спостерігається за ринками таких типів: будматеріалів та сантехники (зростання складає 5 одиниць або 25%), запчастин (27 одиниць або 87,1%), іншими непродовольчими (зростання складає 4 одиниці або 3%).

Таким чином, за результатами аналізу можна зробити наступні висновки:

- наявною є тенденція до скорочення кількості ринків та торгових місць на них, але водночас зростає загальна та площа ринків, відведена під торгівлю (торгова площа ринків) – тобто йдеться про укрупнення ринків та торгових місць на них;
- наявною є тенденція до перерозподілу кількості торгових місць між типами торговельних підприємств у бік підвищення комфортності

торговельно-купівельного процесу (скорочується частка торгових місць на критих та відкритих торгових столах, лотках та палатках та торгових місць для торгівлі з транспортних засобів і збільшується частка павільйонів, кіосків та контейнерів, магазинів) – тобто зазнає змін матеріально-технічна база ринків у бік тієї, що потребує більших витрат.

- наявна тенденція приросту «неторгової» площі на ринках – ситуація коли зростає загальна площа ринку і не зростає (або зростає у значно меншому ступені) торгова площа ринку – в даному випадку йдеться про розвиток інфраструктури ринку (більша площа відводиться під супутні послуги ринку), підвищення рівня облаштування ринків (огорожі, дороги, тротуари, освітлення, комунікації, торговий інвентар, склади для інвентарю) та покращення умов праці працівників ринку (персоналу ринку, що зайнятий обслуговуванням ринку як суб'єкта господарювання), безоплатних орендарів (представників органів державних наглядів та контролів, що обов'язково мають бути присутні на ринку) та покупців на ринку;
- наявна тенденція зростання «неторгової» площі торгових місць – ситуація, коли зростає загальна площа торгового місця і не зростає (або зростає у значно меншому ступені) торгова площа торгового місця – у нашому випадку йдеться про підвищення зручності роботи продавців або орендарів (службові приміщення, міні-склади на торговому місці, побутові приміщення), а також підвищення зручності роботи з покупцями та здійснення покупок (камери зберігання речей).

Список літератури

1. Берман, Б. Розничная торговля: стратегический поход /Барри Берман, Эванс Джоэл. – 8-е издание.: Пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. — 1184с.
2. Бунеева Р. И. Коммерческая деятельность : организация и управление : учебник / Р. И. Бунеева. — Ростов н/Д :Феникс, 2009. — 365 с.
3. Власова Н. О. Економіка та організація господарської діяльності торгових ринків: монографія / Н. О. Власова, С. М. Сукачова ; Харк. держ. університет харчування та торгівлі. – Харків, 2006. – 185с.
4. Голошубова Н. О. Організація торгівлі: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / Н. О. Голошубова. — К.: Книга, 2004. — 560 с
5. Дашков Л. П. Коммерция и технология торговли / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. — 5-е изд.— М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2007. — 448 с.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: < <http://www.ukrstat.gov.ua/> >.
7. Макконел К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконел, С. Л. Брю: Пер. с 13-го англ. Изд. – М.: ИНФРА-М, 1999. – XXXIV, 974 с.
8. Організація торгівлі: підручник; 2-ге вид., перероб. та доп./ за редакцією В. В. Анопія. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 616 с.
9. Памбухчиянц О. В. Организация и технология коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. — 3-е изд., пере-раб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2007. — 672 с.
10. Рудницький С. І. Організація системи послуг в торгівлі на ринках / С. І. Рудницький // Торговля, комерція, підприємництво – зб. наук. праць. – Львів: ЛКА, випуск 7 2005 – С. 143-146.
11. Статистичний бюллетень «Наявність і використання торговельної мережі на ринках» за 2006-2012рр / Державна служба статистики України.

РЕЗЮМЕ

Спащенко Анна

Состояние и перспективы развития современных украинских рынков

В статье систематизированы и проанализированы статистические данные Государственной службы статистики Украины относительно деятельности рынков как субъектов хозяйствования. Проведенный анализ позволяет выявить общие тенденции развития рынков как субъектов хозяйствования и сделать выводы о дальнейших направлениях их развития.

RESUME

Spashchenko Ganna

Condition and development of prospects of contemporary Ukrainian market

The statistical data of the State Statistics Service of Ukraine on the functioning of markets as economic entities are systematically analyzed in the article. The analysis reveals the general trends in the market as entities and draws conclusions about the future directions of their development.

Стаття надійшла до редакції 17.03.2013 р.

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядаються методологічні засади аналізу показника економічної доданої вартості підприємства. Формулюються основні об'єкти, завдання та послідовність аналізу. Висвітлено переваги та проблемні аспекти застосування показника економічної доданої вартості.

Ключові слова: фінансова-господарська діяльність, вартісно-орієнтоване управління, економічна додана вартість, аналіз, ефективність, рентабельність, ціна та структура капіталу.

На сьогодні одним із найбільш затребуваних і перспективних напрямків аналітично-оціночної діяльності є розробка інструментів, що дозволяють не тільки визначати, але й керувати зміною вартості підприємства (компанії). Результати оцінки бізнесу, отримувані на основі аналізу, необхідні не тільки для проведення переговорів про купівлю-продаж – вони відіграють суттєву роль при виборі стратегії розвитку: у процесі стратегічного планування важливо оцінити майбутні доходи підприємства, ступінь його стійкості і цінність іміджу; для прийняття обґрунтованих рішень необхідне коригування даних фінансової звітності з урахуванням інфляції; для обґрунтування інвестиційних вкладень потрібні відомості про вартість всього підприємства або окремих видів активів [5; 7].

Відповідно до концепції вартісно-орієнтованого менеджменту (VBM) управління вартістю підприємства зводиться до забезпечення зростання вартості фірми та її акцій. Питання концепції приросту вартості акціонерного капіталу досліджуються у працях С. В. Валдайцева, А. Дамодарана, Н. А. Казакової, Т. Коллера, Т. Коупленда, Е. Е. Леденьова, Дж. Муррина, В. П. Савчука, Б. Стюарта, К. Уолша, Е. Штерна, Н. В. Яшкіної та ін.

На думку К. Уолша, «глобальна конкуренція, спад світової економіки та складність сучасного фінансового інструментарію все частіше викривають недостатність традиційних підходів. Такий стан справ спонукав до масштабного пошуку нових більш точних методів оцінювання. І пошук цей не був марним: зараз з'явилося чимало нових, цікавих розробок у цій галузі. Найбільш перспективною методикою є широко відома техніка визначення «приросту вартості підприємства» – термін вживаний під назвами «економічна додана вартість», «ринкова додана вартість», «приріст акціонерної вартості» [2, с. 275].

Серед можливостей оцінки результативності діяльності підприємств, які протягом останніх років найчастіше згадуються в економічній літературі і професійних виданнях, одним з найпопулярніших є показник, який отримав назву економічна додана вартість (EVA). На жаль, в Україні концепція EVA мало відома [11, с. 84].

Метою статті є спроба систематизованого викладу методологічних засад аналізу економічної доданої вартості, основних положень управління фінансовою діяльністю та формулювання системи показників, основних об'єктів, завдань та послідовності аналізу.

Орієнтована на збільшення вартості фірми система управління поширилася в світовій практиці за останні 30 років. У США корпорації зацікавилися такими системами від 80-х рр., у Європі — від 90-х. Менеджери великих корпорацій дедалі частіше використовують для оцінки ефективності вартісно-орієнтовані показники. Можна навести чимало прикладів успішного застосування концепції VBM. Найбільш яскравий — компанія Coca-Cola. З 1981 року, коли вона вперше розрахувала EVA, акції зросли в ціні з 3 дол. за акцію до приблизно 60 дол. Відомими компаніями, які також успішно запровадили систему VBM, є SPX, Herman Miller, Equifax, Nasco [10].

Відповідно до VBM-підходу основним показником для оцінки результатів діяльності підприємства є його вартість. За таких обставин особливого значення набуває управління вартістю підприємства, адже показники, що її відображають, одночасно є узагальнюючими цільовими орієнтирами, інструментами реалізації та засобами оцінки досягнутого. Саме збільшенню акціонерної вартості підпорядковуються всі інші часткові завдання: оптимізація прибутку, зростання обсягів продажу, завоювання ринку тощо. На успішну реалізацію цього «надзавдання» переорієнтовуються і всі зусилля управління, як пов'язані з визначенням основних чинників, що формують вартість підприємства, так і з подальшим цілеспрямованим впливом на них з метою збільшення вартості компанії.

Автори EVA не обмежилися розробкою показника, вони створили концепцію системи управління на основі показника EVA (EVA - Value based management), яка ґрунтується на визначенні факторів його зростання та управління ними.

В основі концепції такі логічні міркування:

- капітал інвестується для отримання доходу;
- компанію створено для отримання доходу;
- персонал компанії спрямовано на приріст вартості власників за допомогою системи мотивації.

Ця система фінансового управління задає єдину основу для прийняття рішень персоналом і дозволяє моделювати, відслідковувати, втілювати і оцінювати застосовувані рішення в єдиному ключі: приріст вартості інвестицій акціонерів. У результаті її впровадження одержують систему оцінки діяльності компанії, яка найбільш влучно відображає результативність, систему управління ефективністю діяльності та стимулювання, у результаті чого

змінюється корпоративна культура організації. За допомогою виділення складових формули розрахунку показника EVA виникає можливість побудови дерева цілей компанії і розподілу відповідальності за їх досягнення.

Значною мірою управління вартістю пов'язане з управлінням обсягом (величиною) і структурою сукупного капіталу (співвідношенням джерел фінансування) та досягненням її оптимального значення (виграшної пропорції окремих елементів власного і позикового капіталу, за якої фінансові витрати зведено до мінімуму). Зростання частки позикового капіталу свідчить про підвищення фінансового ризику, зумовленого зниженням здатності відшкодувати борг [9, с. 79].

Оскільки кожне джерело фінансування діяльності підприємства має свою ціну, то узагальнюючою оцінкою вартості інвестованого в бізнес капіталу є показник середньозваженої вартості капіталу (WACC), яка розраховується за формулою середньої арифметичної зваженої:

$$WACC = \sum_{i=1}^n w_i \cdot c_i, \text{ де:} \quad (1)$$

w – частка компоненти капіталу, (коефіцієнт);
 c – ціна компоненти, (%);
 n – кількість компонент капіталу.

Ефективність використання сукупного бізнесового капіталу характеризує критерій прибутковості використовуваного капіталу (ROCE), який розраховується як відношення чистого операційного прибутку до середньорічної вартості циркулюючого у бізнесі капіталу:

$$ROCE = \frac{PAT}{TA} \times 100\%, \text{ де} \quad (2)$$

PAT – чистий прибуток;

TA – середньорічна вартість сукупного капіталу (підсумку балансу).

Оскільки головною метою підприємства є зростання капіталу власників (власного капіталу), який дорівнює сумі активів, що залишаються у власності акціонерів після погашення всіх його зобов'язань, то цій меті найбільшою мірою відповідає критерій економічної доданої вартості або приросту акціонерного капіталу EVA. Його суть полягає у зіставленні вартості капіталу, використовуваного в бізнесі, з віддачею (прибутковістю) цього капіталу. Зі всією очевидністю можна стверджувати, що різниця (ROCE – WACC) повинна бути позитивною і якомога більшою. Якщо цю різницю помножити на суму використовуваного у бізнесі капіталу, то отримаємо показник (EVA), або приріст акціонерної вартості.

$$EVA = (ROCE - WACC) \times Capital \quad (3)$$

Саме цей наведений вище показник повинен насамперед цікавити власника як індикатор зміни його власності. Зростання EVA свідчить про примноження власності; сповільнення ж темпів його зростання повинне викликати занепокоєння, а від'ємне значення свідчить про серйозні проблеми і потребує негайних кроків щодо виправлення ситуації. Інтегрований за своїм характером показник EVA найбільш показово і характеризує ефективність фінансово-господарської

діяльності і має очевидні переваги порівняно з сумою прибутку, рентабельністю, темпами зростання чистого прибутку в розрахунку на одну акцію тощо.

Запропонований провідною зарубіжною практикою новий підхід доводить необхідність дослідження всієї структури підприємства загалом, з урахуванням усіх зовнішніх факторів і внутрішніх використовуваних ресурсів, видів продукції, методів їх виробництва і продажу з позицій оцінки вартості підприємства (бізнесу).

Для забезпечення зростання вартості бізнесу його функціонування повинно базуватися на оптимальному поєднанні обсягів продажів, одержуваного прибутку і фінансових ресурсів, що значною мірою визначається макроекономічними та галузевими факторами, тобто зовнішнім середовищем діяльності підприємства. З метою управління вартістю вплив на певні фактори здійснюється відповідно до стратегії розвитку організації у сфері виробництва, фінансів, маркетингу, кадрової, інвестиційної, дивідендної політики.

Показник EVA доречно застосовувати і з прогноною метою або для потреб стратегічного планування як різниця між прогнозованою прибутковістю та середньозваженою ціною капіталу, який буде задля неї задіяно. Важливо при цьому чітко визначити і правильно спрогнозувати не тільки суму залучення із відповідного джерела, але й ціну залучення (за акціями, облігаціями, кредитами). Обґрунтоване визначення вартості власного капіталу сприяє раціональному його розподілу, виявленню ефективності діяльності окремих структурних підрозділів щодо генерування доданої вартості, керуванню грошовими потоками та оптимізації структури капіталу.

Показник EVA позитивно зарекомендував себе і як критерій якості стратегічних інвестиційних рішень. Додатна величина цього показника свідчить про збільшення вартості підприємства чи окремого структурного підрозділу, проекту, а від'ємна – про зменшення. Досить часто аналіз на основі показника EVA розглядається як альтернатива традиційному аналізу за допомогою NPV – критерію (чиста теперішня вартість). Між цими показниками існує зв'язок, який можна описати:

$$NPV = \frac{\sum_{t=1}^n EVA}{(1 + WACC)^t} \quad (4)$$

де:

t – термін реалізації проекту.

Світова практика свідчить, що компанії, які використовують принципи VBM- управління, сформульовані в межах цієї концепції, мають перевагу перед компаніями аналогічних галузей через використання більш ефективної системи організації бізнесу, удосконалення бізнес-процесів (зниження та усунення непродуктивних витрат, реорганізація), розширення і зростання частки на ринку, інвестування стратегічних ресурсів у високорентабельні проекти, інновації, диверсифікацію діяльності, аутсорсинг, підвищення ефективності управління активами та оптимізації структури капіталу з метою зниження його середньозваженої вартості [11, с. 88].

Показник EVA добре зарекомендував себе у комбінації з такими прогресивними інструментами стратегічного аналізу, як матриця Бостонської консалтингової групи (BCG), матриця ринкової

привабливості і конкурентних позицій (матриця CE/McKinsey).

Вельми доречним комплексним системним засобом такого аналізу за окремими сегментами діяльності є збалансована система показників-індикаторів діяльності (BSC) по досягненню поставленої перед компанією мети [7; 9]. Слід зауважити, що автори цієї системи Р. Каплан і Д. Нортон визначають її як засіб стратегічного управління і оцінки ефективності бізнесу, яка дозволяє перевірити місію та генеральну стратегію підприємства у систему показників. У концепції BSC поряд з показниками фінансового сектору для адекватної оцінки діяльності організації досліджуються ринкові перспективи, розвиток внутрішніх процесів підприємства, навчання та зростання. За кожним з чотирьох сегментів системи визначаються конкретизуючі показники, які охоплюють як стратегічні, так і тактичні аспекти розвитку бізнесу [9, с. 81].

Концепція вартісно-орієнтованого менеджменту пропонує і низку інших показників, серед яких:

- MVA (Market Value Added — додана ринкова вартість) — різниця між ринковою вартістю фірми і вартістю інвестованого в компанію капіталу;
- SVA (Shareholder Value Added — акціонерна додана вартість) — різниця між розрахунковою і балансовою вартістю акціонерного капіталу;
- CFROI (Cash Flow Return on Investment — дохідність інвестицій на основі грошового потоку) — відношення скоригованого на інфляцію грошового потоку від операційної діяльності до скоригованого на інфляцію розміру інвестицій.

Як показує світовий досвід, застосування VBM має деякі обмеження, і не всі компанії можуть отримати з цього інструмента однаково користь. VBM, що фокусує увагу на показниках повернення на капітал і краще сприймається в капіталомістких, виробничих галузях, на відміну від компаній сфери послуг, де значно більше уваги слід звертати на розвиток людських ресурсів.

Метою кваліфікованого менеджменту є вибір та реалізація такої стратегії, яка створить для підприємства конкурентні переваги та дасть змогу отримувати прибутки, вищі, ніж середньозважені витрати на капітал. Щоправда, цей надлишок неодмінно привабить конкурентів, котрі з часом зведуть його нанівець. За відсутності конкурентної переваги надлишок прибутку поступово скорочуватиметься, внаслідок чого показник його норми знизиться до рівня середньозваженої вартості капіталу. Надалі вартість не зростатиме. Ось чому завдання менеджменту полягає у пошуку нових ділових рішень, що відновлюватимуть перевагу перед конкурентами [2, с. 300].

Зважаючи на важливість створення, нарощування та відповідності вартості компанії з фундаментальною вартістю бізнесу як для компаній, які фінансують свій розвиток за рахунок власних фінансових ресурсів, так і для тих, які залучають кошти на відкритих ринках капіталу, доцільно здійснювати поглиблений аналіз (експертизу, діагностику) бізнесу.

Об'єктами аналізу фінансової діяльності є вартість капіталу фірми (економічна та ринкова додана вартість), ціна та структура капіталу, ступінь фінансового ризику, рентабельність та оборотність капіталу, фінансові результати діяльності (доходи, витрати, прибутки), рентабельність фінансових інвестицій, дивідендна політика.

Завданнями аналізу фінансової діяльності є:

1. Об'єктивна оцінка: досягнутих масштабів діяльності, пропорційності та динамічності її розвитку; економічної ефективності використання фінансових ресурсів; стану зовнішнього стосовно фірми фінансового середовища; стану фірми у фінансовому середовищі.

2. Діагностика стану фінансової діяльності: фіксація і встановлення суттєвості відхилень показників від їх базового рівня, стратегічних і тактичних параметрів її розвитку; визначення стадії життєвого циклу і проблемних зон діяльності фірми; встановлення причинно-наслідкових зв'язків показників діяльності і побудова їх факторної моделі; розрахунок впливу факторів на зміну результативних показників; дослідження причин, що породжують і сприяють дії певних факторів.

3. Діагностика перспективи фінансової діяльності фірми: життєздатності, прогнозування розвитку фінансової діяльності фірми та зовнішнього фінансового середовища та надійності прогнозу; надійності прогнозу розвитку; зіставності стратегії розвитку фірми і перспективи розвитку зовнішнього фінансового середовища; обґрунтованості розрахунками запланованих показників щодо масштабів, пропорційності та динамічності розвитку.

4. Пошук і мобілізація резервів підвищення ефективності фінансової діяльності: вивчення передового вітчизняного та світового досвіду; вироблення рішень, спрямованих на усунення негативних і створення умов для підсилення дії позитивних факторів; обґрунтування вибору найбільш оптимального з альтернативних варіантів стратегічних і тактичних управлінських рішень [9, с. 80].

До факторів впливу на вартість компанії, які можна кількісно виміряти, слід зарахувати:

- величина та оптимальна структура капіталу;
- ціна залучення капіталу з різних джерел;
- динаміка і структура доходу;
- витрати, фінансові результати і рентабельність;
- ефективність управління робочим капіталом;
- збалансовані грошові потоки;
- використання активів й інвестиційна ефективність;
- привабливі сегменти ринку.

Якісними факторами, що не піддаються кількісному виміру, є:

- чітка стратегія ведення бізнесу;
- ефективна система корпоративного управління;
- дивідендна політика;
- кадрове забезпечення;
- PR-політика.

Для різних типів підприємств значущість кожного із цих факторів є різною, однак розробляючи заходи щодо підвищення вартості фірми, керівництво повинно брати до уваги їх комплексний вплив.

У підсумку, згідно із загальноприйнятим дедуктивним підходом, вимальовується й логічна послідовність аналізу економічної доданої вартості підприємства. Оцінку фінансової діяльності фірми доцільно розпочинати саме з вивчення динаміки показника EVA, потім здійснити аналіз показників і факторів її формування за сферами впливу, поступово розширюючи коло дослідження аж до досягнення необхідного рівня деталізації проблеми.

Що стосується висвітлення відповідної теми у курсі «Фінансовий аналіз», то найбільш доречними на нашу думку питаннями її змісту, є:

1. Сутність концепції вартісно-орієнтованого управління та її ключові категорії.

2. Значення, завдання, система показників та джерела даних аналізу економічної доданої вартості.
3. Загальна оцінка рівня, динаміки узагальнюючих показників та ступінь виконання запланованих показників доданої вартості.
4. Аналіз впливу факторів на зміну узагальнюючих показників:
 - капіталу підприємства, його ціни та структури;
 - рентабельності й оборотності сукупного та власного капіталу.
5. Розробка системи заходів щодо збільшення економічної доданої вартості підприємства.

Висвітлення матеріалу цієї теми слід пов'язати з:

- аналізом потреби фірми у додаткових фінансових ресурсах та обґрунтування вибору джерел її задоволення;
- оцінкою операційного, фінансового та операційно-фінансового ризику фірми;
- аналізом показників і факторів прибутковості, доходів та витрат;
- оцінкою ефективності управління робочим капіталом і грошовими потоками;
- аналізом дивідендної політики фірми;
- аналізом фінансово-інвестиційної ефективності.

Фахівці вважають, що до впровадження VBM краще підготовлені компанії, що зазнають фінансових труднощів, ніж ті, у яких справи і так ідуть добре, а також щойно створені підприємства, яким не потрібно руйнувати наявні норми корпоративної культури.

За даними Інституту контролінгу при КНЕУ ім. В. Гетьмана у 2011 р. лише 5% досліджуваних в Україні підприємств розраховують вартісно-орієнтовані показники. Близько 30% великих компаній взагалі не обчислюють середньозважену вартість капіталу (WACC) і не використовують ставку дисконтування як для цілей вартісно-орієнтованого управління, так і для оцінки бізнес-проектів. Крім того, на 16% підприємств оцінку інвестицій не проводять в принципі, а керівники фінансово-економічних служб 11% досліджуваних компаній взагалі не чули про такий інструмент, як ставка дисконтування [10].

Суттєвою перешкодою для застосування показника EVA є, незважаючи на теоретичну простоту його розрахунку, практичні складнощі для його об'єктивного визначення, зумовлені відмінностями у змісті показників зарубіжної та вітчизняної фінансової звітності, неоднозначністю значень, відображених у фінансовому обліку та звітності, необхідність внесення значного числа поправок і коригувань для одержання коректних значень складових факторних моделей, виражених формулами (1 – 4).

Так чинними стандартами фінансової звітності, зокрема, не передбачено показника чистого операційного прибутку за мінусом податку на прибуток до сплати відсотків за кредит для розрахунку (ROCE за формулою (2)). Для одержання необхідного значення

чистий прибуток підприємства слід збільшити на суму сплачених банку відсотків, відображених у складі статті «Фінансові витрати» та амортизацію тих нематеріальних активів, вартість яких не відображається у фінансовій звітності, а списується на витрати. Відсотки та амортизацію слід зменшити на відповідні суми податку на прибуток. Однак при наявності за результатами діяльності надзвичайних подій наведені вище розрахунки потребуватимуть ще більш суттєвих уточнень.

Суттєво ускладнюють розрахунок доречних показників тимчасові і постійні різниці, що існують між фінансовим і податковим обліком, наявність у фінансовому обліку і звітності відтермінованих податків і авансових платежів. Так на загальний обсяг відтермінованих податків слід збільшити як величину капіталу, так і суму чистого операційного прибутку до сплати відсотків.

На значення показника прибутковості (оскільки він розраховується у відсотках до середньорічної вартості активів) впливає і визначений обліковою політикою підприємства метод обліку запасів (LIFO, FIFO), порядок формування різного роду резервів. При суттєвості розходжень на відповідну суму слід скоригувати вартість капіталу та прибутку.

При розрахунку EVA слід урахувувати величину доходу, згенерованого сукупно вкладеним капіталом. Якщо у складі необоротних активів підприємства сформовано гудвіл, то під час визначення величини капіталу слід урахувати нагромаджену амортизацію гудвілу.

З наведеного вище випливає, що перехід на відповідну модель вартісно-орієнтованого управління із застосуванням такого цільового критерію потребує певних зусиль, пов'язаних з вирішенням низки питань методичного, інформаційного, організаційного та кадрового порядку, зокрема формування і накопичення необхідної інформації в системі управлінського обліку; додаткових матеріальних і трудових витрат на розробку й запровадження принципово нової системи управління та стимулювання діяльності; розробку та впровадження спеціальної адаптованої під галузеву (індивідуальну) специфіку діяльності підприємства сукупності аналітичних задач (програм) для вирішення окреслених вище завдань (ретроспективної та поточної оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності, перспективної привабливості майбутніх проектів, обґрунтування рішень стратегічного характеру); підготовку персоналу та подолання опору колективу змінам.

Не сприяють таким інноваціям і загальноекономічна нестабільність, несформованість фондового ринку, тінювий характер ведення значної частини бізнесу, його несприйнятливості до нововведень, податковий і адміністративний тиск та ін.

Список літератури

1. Stewart B. What is EVA? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sternstewartevaabout.com//whatis.php>
2. Walsh C. Key management ratios. Master the management metrics that drive and control your business [Текст] / C. Walsh – Prentice Hall. Financial Times. Pearson Education, 2003. – 367 p.
3. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: учеб. пос. для ВУЗов [Текст] / С. В. Валдайцев – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 720 с.
4. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов: Пер. с англ. [Текст] / А. Дамодаран – М.: Альбина Бизнес Букс, 2004. – 1342 с.
5. Казакова Н. А. Экономический анализ в оценке бизнеса и управлении инвестиционной привлекательностью компании: учеб. пособие [Текст] / Н. А. Казакова. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М. – 2009 с.
6. Коупленд Т. Стоимость компании: оценка и управление [Текст] / Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Муррин – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес»,

2004 – 576 с.

7. Леденёв Е. Е. BSC и EVA.- конкуренты или союзники? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/management/controlling/bsc_eva.shtml
8. Савчук В. П. Кто поможет собственнику разобраться в его бизнесе?
9. Спільник І. В. Аналіз фінансової діяльності фірми. [Текст] / І. В. Спільник // Наукові записки: збірник наукових праць кафедри економічного аналізу ТНЕУ. – Випуск 16. – 2006. – С. 78-82.
10. Шатило Л. Value-Based Management в українських реаліях: чи варто вітчизняним компаніям добре вартувати? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.prostobiz.ua/layout/set/print/biznes/rozvitok_biznesu/statti/value_based_management_v_ukrayinskih_realiyah_chi_varto_vitchiznyanim_kompaniyam_dobre_vartuvati.
11. Яшкіна Н. В. Оцінка бізнесу [Текст] : навч. посібник. / Н. В. Яшкіна – К.: Алерта, 2010. – 440 с.

РЕЗЮМЕ

Спільник Ирина

Анализ экономической добавленной стоимости предприятия

Рассматриваются методологические основы анализа показателя экономической добавленной стоимости предприятия. Формулируются основные объекты, задачи и последовательность анализа. Рассматриваются преимущества и проблемные аспекты применения показателя экономической добавленной стоимости.

RESUME

Spilnyk Iryna

Analysis of the enterprise' economic added value

The methodological framework of enterprise economic value added indicator analysis is shown. The basic objects, tasks and sequence of analysis are formulated. The advantages and problematic aspects of target economic value added are examined.

Стаття надійшла до редакції 25.02.2013 р.

**ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

У статті досліджено особливості моделювання основні засади моніторингу використання соціального потенціалу туристичного підприємства.

Ключові слова: соціальний потенціал, елементи, факторні ознаки, регресія, ефективність використання, моніторинг.

Зовнішнє середовище функціонування туристичних підприємств позначене нестабільністю свого розвитку, а це відбивається на ефективності їх діяльності. Однією з умов соціально-економічної стабілізації туристичного підприємства є саме формування соціального потенціалу, а його ефективне використання стає основою конкурентоспроможності і адаптивності підприємства до мінливих трансформаційних процесів, тому проблема ефективності використання соціального потенціалу потребує термінового вирішення.

Особливості моделювання та використання соціального потенціалу на підприємствах туристичної галузі вимагають з'ясування низки методологічних аспектів. Потенціалу як складній системі присвячено праці Берсуцького А. Я., Должанського І. З., Загорної Т. О., Краснокутської Н. С., Удалих О. О. та інших вчених-економістів. У вітчизняній і зарубіжній економічній думці існує багато досліджень з проблем управління потенційними можливостями підприємства. Зокрема, до цих питань долучились такі науковці, як Ареф'єва О. В. [1], Лапін Є. В. [4], Отенко І. П. [7], Сошнікова Л. А., Тамашевич В. Н., Уебе Г. [8], Федонін О. С. [11], Шефер М. [8] та інші. Розвитку теорій управління соціальним потенціалом підприємства та соціального менеджменту присвячені праці економістів Войтенко О. І. [5], Іванова В. Н. [3], Комарова Є. І. [5] та Уткіна Е. А. [10].

Водночас, незважаючи на значне коло досліджень, можна з впевненістю стверджувати, що поки не створено адекватної моделі та дієвого механізму ефективного використання соціального потенціалу підприємства загалом і в туристичній галузі зокрема.

Метою статті є виведення моделі розрахунку соціального потенціалу туристичного підприємства, адекватної сучасному соціальному спрямуванню розвитку економіки, а також моніторинг стану використання підприємством соціального потенціалу.

Соціальний потенціал підприємства як результативна ознака залежить від багатьох елементів (факторів), між якими існують складні взаємозв'язки.

Вплив кожного з елементів на загальний соціальний потенціал підприємства є комплексним, тому характеризується мірою впливів окремих структурних елементів соціального потенціалу при фіксованому становищі на середньому рівні інших його елементів.

Таким чином, завдання зводиться до багатофакторного кореляційно-регресійного аналізу, який дасть змогу не тільки визначити ступінь впливу кожного фактора, але й дослідити щільність зв'язку між ними. Математично зв'язок факторних ознак з результативною можна зобразити у вигляді функції:

$$СП = f(X_1, X_2, X_3, \dots, X_n) \quad (1)$$

З огляду на те, що функцію багатьох змінних шляхом логарифмування або заміни змінних можна виразити у лінійній формі, рівняння множинної регресії матиме вигляд:

$$СП_X = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_n X_n \quad (2)$$

де $СП_X$ – розрахункові значення функції соціального потенціалу підприємства,

X_1, X_2, \dots, X_n – елементи соціального потенціалу,

$a_0, a_1, a_2, \dots, a_n$ – параметри рівняння.

Оскільки на результативну ознаку впливає щонайменше 13 факторів – елементів соціального потенціалу підприємства, то рівняння лінійної регресії виглядатиме наступним чином:

$$СП_X = a_0 + a_1 X_1 + a_2 X_2 + \dots + a_{13} X_{13} \quad (3)$$

Для оцінки параметрів регресійного рівняння, використовуючи стандартну процедуру методу найменших квадратів, отримаємо систему лінійних алгебраїчних рівнянь:

$$\begin{cases} \sum СП = n a_0 + a_1 \sum X_1 + a_2 \sum X_2 + a_3 \sum X_3 + \dots + a_{13} \sum X_{13} \\ \sum СП X_1 = a_0 \sum X_1 + a_1 \sum X_1^2 + a_2 \sum X_1 X_2 + a_3 \sum X_1 X_3 + \dots + a_{13} \sum X_1 X_{13} \\ \sum СП X_2 = a_0 \sum X_2 + a_1 \sum X_2 X_1 + a_2 \sum X_2^2 + a_3 \sum X_2 X_3 + \dots + a_{13} \sum X_2 X_{13} \\ \dots \\ \sum СП X_{13} = a_0 \sum X_{13} + a_1 \sum X_{13} X_1 + a_2 \sum X_{13} X_2 + a_3 \sum X_{13} X_3 + a_{13} \sum X_{13}^2 \end{cases}$$

де n – вільний член рівняння, який не має економічного змісту.

Проте на підставі коефіцієнтів регресії недоцільно робити висновки про ступінь впливу кожного елементу на загальний соціальний потенціал підприємства, оскільки коефіцієнти регресії виражені різними одиницями і є непорівнюваними між собою. Саме з метою виявлення порівняльної сили впливу й було запроваджено частковий коефіцієнт еластичності (з урахуванням коефіцієнту регресії при кожному факторі):

$$\varepsilon_i = a_i \frac{\bar{X}_i}{\overline{СП}} \quad (5),$$

де a_i – коефіцієнт регресії при i -му елементі соціального потенціалу,

\bar{X}_i – середнє значення i -го елементу соціального потенціалу,

$\overline{СП}$ – середнє значення показника соціального потенціалу підприємства.

Частковий коефіцієнт еластичності показує, на скільки відсотків у середньому зміниться соціальний потенціал підприємства при зміні на 1% кожного елементу соціального потенціалу при фіксованому становищі інших елементів.

Для визначення елементів соціального потенціалу, які мають найбільші резерви поліпшення загального показника соціального потенціалу з урахуванням ступеня варіації цих факторів, закладених у рівняння множинної регресії, обчислюють часткові β -коефіцієнти, які показують, на яку частину середнього квадратичного відхилення змінюється результативна ознака (соціальний потенціал) при зміні відповідної факторної ознаки (елементу соціального потенціалу) на значення її середнього квадратичного відхилення:

$$\beta_i = a_i \frac{\sigma_{X_i}}{\sigma_{СП}} = a_i \frac{\sqrt{X_i^2 - (\bar{X}_i)^2}}{\sqrt{СП^2 - (\overline{СП})^2}} \quad (6)$$

де σ_{X_i} – середнє квадратичне відхилення i -го елементу соціального потенціалу,

$\sigma_{СП}$ – середнє квадратичне відхилення показника соціального потенціалу підприємства.

Для оцінки ефективності функціонування соціального потенціалу доцільно використовувати ситуаційний підхід, а саме: виконання заходів, спрямованих на досягнення визначеної цілі розвитку підприємства. Для цього необхідно провести моніторинг стану підприємства за факторами (елементами) соціального потенціалу.

Кожен із критеріїв моніторингу стану використання соціального потенціалу на підприємстві має свою вагомість, а загальна сума цих критеріїв становить 100 одиниць.

Задля переконання у обґрунтованості і достовірності кожного критерію – елементу соціального потенціалу, необхідно провести анкетування працівників різних ланок реалізації цілей розвитку підприємства. Респондентам слід оцінити важливість кожного із тринадцяти критеріїв методики моніторингу стану соціального потенціалу на туристичних підприємствах залежно від поставленої цілі розвитку.

Межі довірчого інтервалу при малих вибірках ($n \leq 30$) обмежуються коефіцієнтом t , який отримав назву коефіцієнт Стьюдента. При малому обсязі вибіркового даних розподіл вибіркового середнього відрізняється від нормального тим більше, що менший обсяг вибірки.

На основі експертних оцінок можлива статистична перевірка гіпотези рівності запропонованої важливості критеріїв і важливості, отриманої в результаті використання t -критерію Стьюдента, який розраховується за формулою:

$$t = \frac{\bar{x} - a}{S_{\bar{x}}} = \frac{\bar{x} - a}{\sqrt{\frac{S^2}{n-1}}} \quad (7)$$

де \bar{x} – середня важливість критерію у вибірці,

a – запропонована важливість критерію,

$S_{\bar{x}}$ – середня можлива похибка середньої вибіркової,

S^2 – дисперсія,

n – кількість респондентів, які брали участь в анкетуванні.

Так отримані фактичні значення t -критерію порівнюються із табличним його (критичним) значенням із вірогідністю 0,95. Ступінь вільності (f) кількість респондентів (n) різняться на одиницю ($f = n - 1$). Якщо фактичне значення t -критерію більше за критичне, то можна зробити висновок, що нульова гіпотеза рівності двох середніх відхиляється, в іншому випадку емпіричні дані таку гіпотезу не спростовують.

Система оцінювання тринадцяти критеріїв (для кожного з яких розроблено 10 заходів) моніторингу стану використання соціального потенціалу базується на визначенні меж отриманого коефіцієнта ефективності (K_{ef}):

1. При $K_{ef} = 0$ – заходи не розроблено.

2. При $0 < K_{ef} \leq 0,25$ – заходи розроблені,

документально оформлені, але не втілені.

3. При $0,25 < K_{ef} \leq 0,5$ – заходи втілюються частково.

Унаслідок запровадження таких заходів досягаються бажані результати.

4. При $0,5 < K_{ef} \leq 0,75$ – заходи втілюються на

системній основі, негативний вплив виявлено і ліквідовано, спостерігається покращення діяльності підприємства.

5. При $0,75 < K_{ef} \leq 1$ – заходи ефективні і сприяють успішному розвитку підприємства.

Як вже зазначалось, максимальна оцінка кожного (без урахування його вагомості) – 10 балів. Таким

чином, загальний бал кожного елемента соціального потенціалу (E_i) з урахуванням його вагомості обчислюється за формулою:

$$E_i = B_i \times \sum_{j=1}^{10} Z_j \quad (8),$$

де B_i – вагомість i -го елемента соціального потенціалу,

Z_j – бал за j -ий захід,

i – кількість елементів соціального потенціалу (від 1 до 13),

j – кількість заходів (від 1 до 10).

Максимально можлива оцінка соціального потенціалу підприємства (E_{max}) розраховується, відповідно, як сума загальних балів кожного з елементів соціального потенціалу:

$$E_{max} = \sum_{i=1}^{13} (B_i \times \sum_{j=1}^{10} Z_{max}) \quad (9),$$

де Z_{max} – максимальна оцінка кожного елемента соціального потенціалу (10 балів).

Коефіцієнт ефективності використання соціального потенціалу (K_{ef}), який показує відсоткове відношення фактичного використання соціального потенціалу туристичного підприємства до максимально можливого використання соціального потенціалу, розраховується за формулою:

$$K_{ef} = \frac{\sum_{i=1}^{13} E_i}{E_{max}} \quad (10)$$

Таким чином, оцінювання використання соціального потенціалу за звітний період може порівнюватись із його максимальними можливостями, які залишились у резерві. Результати такого оцінювання за всіма заходами дозволяють визначити ті напрямки діяльності, які отримали найнижчу кількість балів і які необхідно вдосконалювати. Тому доцільно систематично аналізувати наявний соціальний потенціал, розробляти та втілювати заходи для його вдосконалення, здійснювати оцінювання стану використання соціального потенціалу за визначеними критеріями.

Отже, основою для обґрунтування і прийняття управлінських рішень щодо реалізації тієї чи іншої цілі розвитку туристичного підприємства є аналіз та оцінка існуючого рівня його соціального потенціалу як загалом, так і окремих його складових. Початковим етапом оцінки є визначення складу показників, які за своєю сутністю відображали б особливості та закономірності кожної із складових соціального потенціалу підприємства, та побудова економічної моделі потенціалу. Оцінка ефективності функціонування соціального потенціалу підприємства туристичної галузі дозволила розробити інтегрований підхід щодо моделювання процесу управління соціальним потенціалом. Це дозволяє обґрунтовувати управлінські рішення, спрямовані на підвищення ефективності використання соціальної складової та досягнення визначених цілей розвитку підприємства. Основним напрямком подальших досліджень щодо управління соціальним потенціалом є вдосконалення методики оцінювання його рівня для обґрунтування рішень, що приймаються, щодо забезпечення відповідності наявного соціального потенціалу системі цілей розвитку підприємства.

Список літератури

1. Ареф'єва, О. В. Управління розвитком економічних систем: теорія, механізми регулювання та управління [Текст]: монографія / О. В. Ареф'єва, В. В. Прохорова. – Х.: УкрДАЗТ, 2010. – 301 с.
2. Берсуцкий, А. Я. Концептуальные положения стратегии и тактики в управлении ресурсным потенциалом предприятия [Текст] / А. Я. Берсуцкий // Экономика промышленности. – 2008. – №4. – С. 122-133.
3. Краснокутська, Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посіб. / Н. С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
4. Лапин, Е. В. Оцінка економічного потенціалу підприємства [Текст]: монографія / Е. В. Лапин. – Сумь: ИТД "Университетская книга", 2004. – 360 с.
5. Менеджмент соціальної роботи [Текст]: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. Е. И. Комарова, А. И. Войтенко. – М.: ВЛАДОС, 2001. – 288 с.
6. Основы социального современного управления: теория и методология [Текст] / Под ред. В. Н. Иванова. – М.: ОАНОП "Экономика", 2000. – 271 с.
7. Отенко, И. П. Стратегическое управление потенциалом предприятия [Текст]: монографія / И. П. Отенко. – Харьков: ХНЭУ, 2006. – 256 с.
8. Сошникова, Л. А. Многомерный статистический анализ в экономике [Текст]: учеб. пособие для вузов / Л. А. Сошникова, В. Н. Тамашевич, Г. Уебе, М. Шефер. / Под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 598 с.
9. Управління потенціалом підприємства [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. З. Должанський, Т. О. Загорна, О. О. Удалих та ін. – К.: Центр навч. літ-ри, 2006. – 362 с.
10. Уткин, Э. А. Основы мотивационного менеджмента [Текст]: учеб. пособие / Э. А. Уткин. – М.: ЭКМОС, 2000. – 352 с.
11. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст]: навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

РЕЗЮМЕ

Старинская Виктория

Особенности моделирования и использования социального потенциала туристического предприятия

В статье исследованы особенности моделирования и основные принципы мониторинга использования социального потенциала туристического предприятия.

RESUME

Starinska Victoria

Features of modeling and use of social potential of tourist enterprise

In the article the features of modeling of social potential of tourism enterprises are considered. The basic principles of monitoring of the use of social potential are determined.

Стаття надійшла до редакції 07.03.2013 р.

Леся ТАРАЄВСЬКА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Лілія РІЩУК

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РІВНЯ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

У статті обґрунтовано методичні підходи до оцінки рівня управління організацією, запропоновано розглядати ефективність управління на трьох взаємозалежних і взаємопов'язаних складових рівнях, доведено, що такий підхід дасть змогу через критерії кількісної оцінки вчасно розробити ефективну систему стратегічного розвитку організації. На прикладі ТЗОВ «Єдінець-Газ» з урахуванням запропонованої методики оцінено стан рівня управління.

Ключові слова: менеджмент, рівень управління, організація, ефективність, системний підхід, критерії оцінки, система управління.

В умовах домінування сучасного менеджменту доведено, що важко вимірювати те, про що ми не маємо чіткого уявлення, і дуже важко ефективно керувати тим, що неможливо виміряти. Отже, першочергово необхідно визначитись з уявленням про об'єкт і суб'єкт управління, а також з методичними підходами щодо оцінки рівня управління організацією.

Проблемами забезпечення ефективної діяльності організації, питаннями розвитку і управління підприємством, його діагностикою і вибором ефективної стратегії займалися і займаються багато науковців, а саме: І. Ансофф [1, с. 210], В. Герасимчук [2, с. 53], П. Друкер [3, с. 26], Ф. Котлер [8, с. 410], М. Мескон [5, с. 89], В. Петренко [9, с. 56], А. Устенко [10, с. 91] та інші.

Сучасна економічна наука пропонує велику кількість показників та методик їх розрахунку для визначення ефективності господарської діяльності. Водночас, якщо, наприклад, «прибуток» або «собівартість одиниці продукції» – загальновідомі критерії оцінки, і до них неодмінно причетні менеджери різних рівнів і ланок, то методики оцінки діяльності суто системи менеджменту, яка була б загальноприйнятною на сьогодні, є малодослідженими. Зрозуміло одне, що в ринковій економіці один і навіть кілька показників не здатні дати об'єктивну картину оцінки ефективності управління. Напевно, ми також не зможемо дати вичерпну відповідь на це питання, але хочемо запропонувати власний підхід щодо вирішення цієї проблеми.

Мета нашої статті – запропонувати системний підхід до комплексної оцінки ефективності рівня управління організацією, доопрацювання і розширення якого може здійснюватись залежно від галузевих особливостей і завдань конкретної організації. Для з'ясування сутності досліджуваних категорій, обґрунтування методичних підходів щодо оцінки рівня управління організацією, застосовувались такі наукові методи, як загальнонауковий діалектичний метод пізнання, абстрактно-логічний та системного аналізу.

Загальновідомо, що на діяльність організації

впливають безліч різних факторів (природні, економічні, соціально-культурні, політичні тощо), які можуть бути описані показниками і параметрами. Побудова системи показників для оцінки ефективності управління, на нашу думку, повинна базуватися на наступних принципах: об'єктивності; виділення головного; системності; диференціації та інтеграції; простоти; багатоступеневості; відповідності методики та організації використання; принципу процесуальності (орієнтації на розвиток).

Кожна організація в умовах ринкової економіки перебуває у динамічно агресивному середовищі, адаптація до якого є головним імперативом до розвитку і позитивних змін у внутрішньому середовищі. Класичними критеріями результативності управління можна назвати наступні: дієвість (ступінь досягнення поставлених цілей), економічність (ступінь використання ресурсів), якість (ступінь відповідності потребам ринку), прибутковість (співвідношення між валовим доходом і витратами), продуктивність (відношення кількості продукції до витрат на її виробництво), інноваційність (ступінь поновлення товарів і послуг), якість трудового життя (рівень задоволення потреб працівника організації).

Ми погоджуємось з думкою тих науковців, які пропонують оцінювати рівень управління організацією за допомогою показника ефективності, який може визначатись як абсолютна величина (загальна величина ефекту, отриманого в результаті здійснення заходів впливу суб'єкта управління на об'єкт управління), і порівняльна, яка показує, наскільки один варіант розвитку системи краще іншого. Крім цього, на нашу думку, ефективність повинна розглядатись на трьох взаємозалежних і взаємопов'язаних складових рівнях (Е):

$$E=A+B+V \quad (1),$$

де А-локальний, змістовий, елементний рівень організації;

В-системний або корпоративний рівень;

В-загальносистемний рівень (рисунок 1).

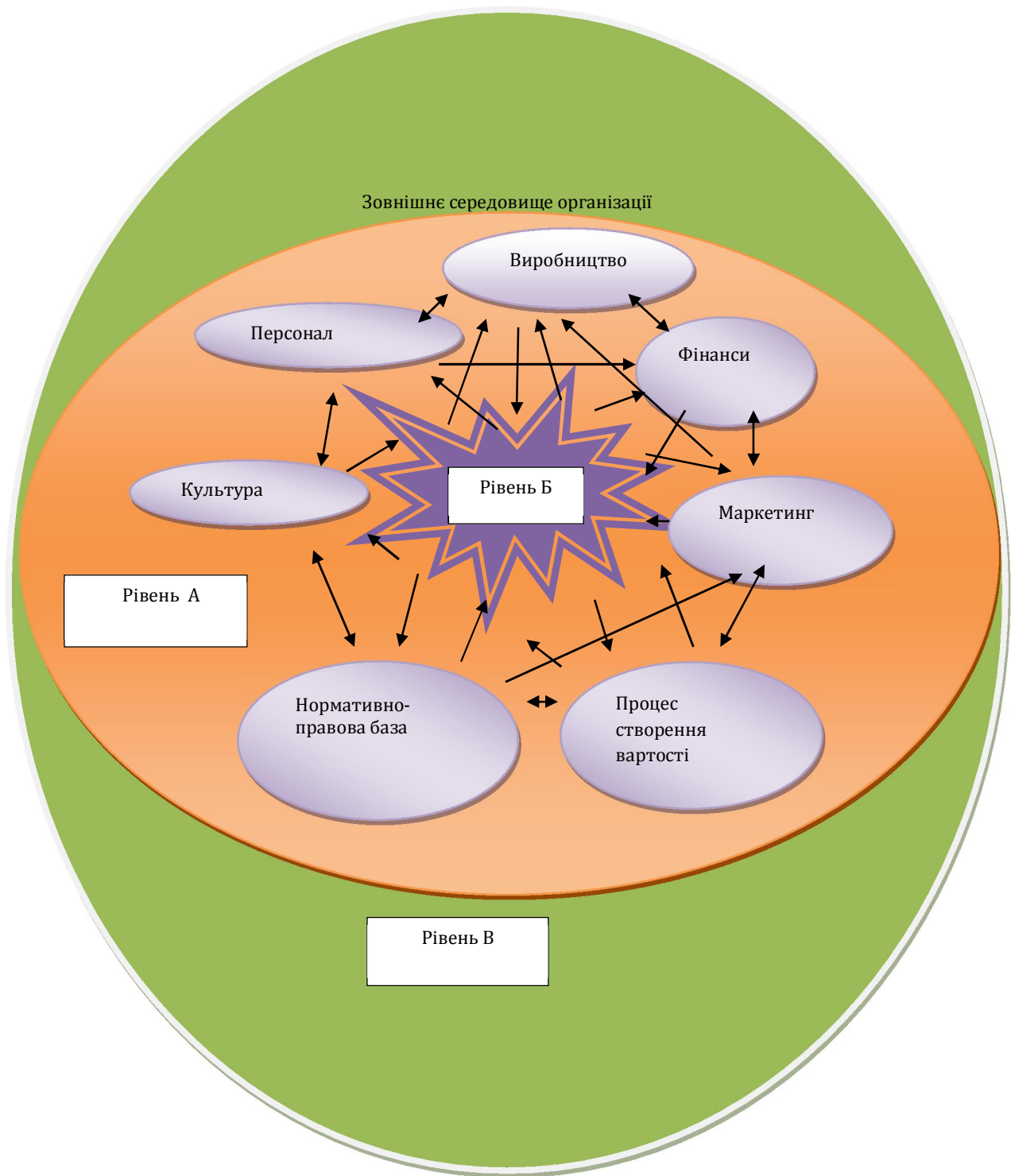


Рис. 1. Рівні ефективності організації

Рівень А. Оцінка управління вимагає універсального елементного уявлення базових складових об'єкта і суб'єкта управління в організації. До основних об'єктів управління можна зарахувати наступні: трудові ресурси, засоби та предмети виробництва, технологія (сукупність праці і засобів праці), фінанси (капітал), запаси (ресурсів, готової продукції), дані, продукти праці (вироби, товари, послуги). До елементного складу суб'єктів управління можна зарахувати: менеджерів (окремого працівника, працівників системи управління), канони (наукове обґрунтування системи управління – засоби досягнення результатів), техніка управління, технологія управління, організаційна структура, інформація (інформаційні продукти, вироби, системи), продукти управлінської праці (рішення).

Кожен з наведених елементів системи управління може бути описаний різними параметрами, що дозволить системно уявляти рівень управлінської діяльності в організації.

Окрім цього, менеджери можуть бути оцінені за такими критеріями: ділові якості, особливості стилю управління; культура; складність і відповідальність виконуваних управлінських завдань; рівень професійної підготовки; авторитет у колективі; результат роботи керованого ними підрозділу тощо. Окремо можна оцінити компетенції менеджерів та якість його роботи, розраховувавши коефіцієнт якості діяльності.

Канони можуть бути оцінені з урахуванням наявності програми соціально-економічного розвитку на певний період; місії; системи цілей; стратегії розвитку; тактики реалізації стратегії; принципів управління; концепції розвитку і вдосконалення управління; бюджету; основних техніко-економічних показників.

Техніка управління – індексом зростання озброєності управлінської праці; інтегральним коефіцієнтом рівня озброєності організації управлінської праці; кількістю інженерно-управлінських працівників, які вивільняються при впровадженні засобів механізації, автоматизації та комп'ютеризації управління; коефіцієнтом використання засобів механізації управлінської праці; коефіцієнтом технічної оснащеності управлінської праці; рівнем автоматизації та технічної озброєності управлінської праці; питомою вагою витрат на комп'ютеризацію в загальних витратах на утримання апарату) управління; кількістю одиниць комп'ютерної техніки.

Технологія управління – коефіцієнтом оперативності апарату управління, кількістю управлінських функцій і завдань, які виконує керівник, коефіцієнтом якості виконання управлінських функцій.

Організаційна структура – коефіцієнтом економічності; формами структури; кількістю рівнів управління; кількістю ланок управління на кожному рівні; спеціалізацією (поділом праці); департаменталізацією (кооперацією); комунікаціями; коефіцієнтом керованості.

Інформація – кількістю документів на структурний підрозділ; кількістю документів на одного працівника системи управління; коефіцієнтом виконання; інформатизацією управління; коефіцієнтом розширення джерел інформації; коефіцієнтом використання інформації; коефіцієнтом якості управлінської документації; коефіцієнтом обертання інформаційних матеріалів; якістю інформаційної системи управління; швидкістю отримання релевантної інформації; достовірністю; вартістю інформаційних продуктів,

виробів, систем; обсягом вхідної (вихідної) інформації; рівнем інформаційного навантаження.

Рішення – критеріями прийняття управлінських рішень; процедурою розробки та прийняття управлінських рішень; питомою вагою інноваційних рішень у загальній кількості рішень за певний період; інформаційним забезпеченням процесу прийняття управлінських рішень

Рівень Б. Корпоративний або системний рівень містить усі показники і параметри, що характеризують організацію загалом як систему, яка задовольняє певні ринкові потреби, наприклад: абсолютний приріст обсягів виробництва; асортимент продукції; валову продукцію; валовий оборот; номенклатуру продукції; загальний обсяг продукції; загальний індекс фізичного обсягу продукції (співвідношення кількості виготовленої продукції (робіт, послуг); загальний індекс вартості продукції; обсяг реалізованої продукції; співвідношення виготовленої та реалізованої продукції; залишки нереалізованої продукції; показники напруженості планів (використання потужностей, продуктивність праці, питома вага інноваційної продукції, собівартість продукції, прибуток за рахунок зниження собівартості продукції, рентабельність тощо); продуктивність; якість; інновації; середня оплата праці; чисельність персоналу.

Рівень В. Загальносистемний рівень показує порівняльну характеристику організації в умовах конкурентного середовища, наприклад: місткість цільового ринку збуту; місткість ринку основного конкурента; конкурентоспроможність; кількість конкурентних переваг організації щодо основного конкурента; якість конкурентних переваг організації щодо основного конкурента; частка організації на ринку (нішер, послідовник, претендент на лідерство, лідер).

До показників, що характеризують внутрішню ефективність управління підприємством відносять також: ступінь використання ресурсів (оцінюють показником рентабельності ресурсів); рентабельність обороту (відношення прибутку до обороту капіталу); коефіцієнт прибутковості (відношення обороту капіталу до сумарних витрат); зміну ринкової частки підприємства.

Цікавим сучасним підходом до оцінки рівня управління є використання збалансованої системи показників [6,с.250] – система ключових індикаторів діяльності, репрезентованих по чотирьох напрямках:

- фінансові ключові індикатори діяльності, які дають уявлення про кінцеву ефективність діяльності підприємства і характеризують взаємовідносини підприємства з клієнтами і постачальниками;
- фінансові ключові індикатори діяльності внутрішніх бізнес-процесів, які характеризують операційну досконалість підприємства;
- фінансові ключові індикатори діяльності маркетингу та збуту;
- фінансові ключові індикатори діяльності навчання і зростання, які показують рівень персоналу і перспективи розвитку.

З урахуванням вищезазначеного інструментарію здійснимо оцінку рівня управління на прикладі ТзОВ «Єдінец-Газ», який є господарюючим суб'єктом паливно-енергетичного комплексу Республіки Молдова. Це підприємство було засновано як філіал акціонерним товариством «Молдовагаз» у період інтенсивної газифікації Республіки в 1999 році. Аналіз розрахованих показників дає можливість зрозуміти, які чинники

позитивно та негативно впливають на рівень управління ТзОВ «Єдінець-Газ». Оцінюючи локальний рівень ефективності, визначили, що найбільш значущим показником є коефіцієнт оперативності роботи апарату управління. Розрахункове значення його дає право стверджувати про своєчасне виконання апаратом управління функцій по роботі з адміністративною документацією, однак відставання від прийнятного нормативного терміну спостерігається в документації, яка знаходиться на рівні управління підприємством. Решта видів адміністративної документації виконується своєчасно.

Особлива увага звертається на такі показники як трудомісткість підготовки і обробка документів та їх передача. Ці показники дають змогу зрозуміти, скільки витрачається часу представниками вищих ланок управління на роботу з документацією. Їх розрахункові значення відображають високий рівень праці з управлінською документацією.

Питома вага робочого часу призначена для безпосереднього контролю за виконанням раніше встановлених завдань, це дає змогу підвищити продуктивність праці та ефективність діяльності підприємства загалом. Але за керівником кожної ланки управління закріплена певна нормативна кількість працівників, тому для більш детального розуміння сутності середнього завантаження одного керівника певного рівня управління розрахуємо коефіцієнт керованості. За результатами проведених розрахунків отримали значення 0,88. Згідно з нормативом значення цього показника повинно знаходитись у межах одиниці. Причинами такого відхилення є дисбаланс в ієрархії управління, а саме: перевантаженість керівника вищої ланки управління, недостатній рівень завантаженості працівників середньої ланки, тобто спеціалістів адміністративно-управлінського апарату. На такі дії, як підготовка, пошук, зберігання, обробка та передача документів, інформаційних матеріалів, щомісяця керівником витрачається приблизно 31 год. Також це стосується спеціалістів адміністративно-управлінського апарату. Необхідно зауважити, що цій ланці управління притаманний високий рівень інформаційного навантаження (41754 знаків на особу). Основною причиною такого перевантаження алфавітно-цифровими знаками вищої і середньої ланки управління є дворівневий потік руху інформації: управлінська документація та документація обслуговуючих підрозділів. Кожен потік містить достатньо високу кількість документів, які надходять протягом робочого дня.

Високий рівень технічної озброєності управлінської праці, розмір якого складає 9220,9 леїв на одного працівника адміністративно-управлінського апарату відображає достатню забезпеченість персоналу управління засобами організаційної техніки. Значення цього коефіцієнта в поточному році перевищило встановлений норматив і знаходилось на рівні 1,02, причиною якісно спрямованих зрушень у напрямку організаційно-технічної озброєності є – турбота про персонал і відповідно вихід підприємства на якісно новий рівень конкурентоспроможності, який відповідає зовнішнім вимогам.

Розрахункове значення коефіцієнта використання засобів механізації управлінської праці знаходиться на рівні 0,85. Безумовними причинами недостатнього завантаження організаційної техніки є коефіцієнт технічної озброєності управлінської праці, який щорічно

зростає. Відсутність перевантажень організаційної техніки зберігає її від непередбачених поломок та зайвих витрат на ремонт.

Значення інтегрального коефіцієнта озброєності управлінської праці знаходиться на рівні 0,93. Цей рівень підтверджує достатньо високий ступінь організації управління виробництвом на підприємстві. Його незначне відхилення в 0,07 пунктів є результатом недовикористаного потенціалу організаційної техніки.

Одним з елементів діагностики рівня управління на ТзОВ «Єдінець-Газ» є оцінка компетенції менеджерів, тобто набору споріднених поведінкових індикаторів, які об'єднані в один або кілька блоків залежно від змістового обсягу компетенції. Компетентність керівника вищої ланки управління ТзОВ «Єдінець-Газ» значною мірою відповідає рівню «А». Віднесення головного керівника ТзОВ «Єдінець-Газ» до цього рівня управління обумовлено притаманними йому властивостями. Решту працівників адміністративно-управлінського персоналу можна віднести до рівня «С» розвитку компетенції. Цей рівень є оптимальним для ефективної роботи менеджера середньої ланки управління.

На основі вищерозрахованих показників та поданого теоретичного матеріалу можна стверджувати, що стан рівня управління на підприємстві газового господарства є достатньо високий. Керівник вищої ланки та підпорядковані йому працівники адміністративно-управлінського апарату турбуються про майбутній розвиток організації, соціальний клімат та взаємовідносини, сприяють розширенню території надання послуг та їх асортименту.

Щодо аналізу системного рівня то ТзОВ «Єдінець-Газ» – господарський суб'єкт, який проводить свою діяльність у досить складних умовах, відчуває вплив факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, надає комплекс спеціфічних послуг, які користуються попитом у споживачів. Серед найбільш впливових факторів варто назвати економічні, зокрема інфляція та динаміка цін на енергоносії може становити небезпеку для галузі. Стосовно рівня і динаміки інвестицій у галузь, то цей аспект відображається на діяльності компанії тільки з позитивного боку. Наступною групою за значенням є технологічна, оскільки галузь є інноваційно спрямованою, то розвиток інновацій та підтримка від уряду вдосконалених технологій будуть тільки сприяти подальшій, ефективній діяльності підприємства. Звичайно ж і політичні фактори здійснюють важливий вплив на діяльність і розвиток компанії.

Для вибору стратегії подальшого розвитку недостатньо лише проаналізувати вплив зовнішнього та внутрішнього середовищ з огляду на їх окремі підсистеми, поставити діагноз щодо конкурентоспроможності підприємства, необхідно обґрунтувати значущість і рівень впливу на подальший розвиток організації окремих факторів та їхніх груп. Найбільш позитивний вплив на підприємство чинять наступні: можливість розширення території надання послуг та підтримка з боку держави. До несприятливих факторів впливу можна зарахувати можливість погіршення соціально-політичної нестабільності в країні, швидке зростання рівня інфляції та збільшення в умовах кризи цін на енергоносії. Слід також урахувати ступінь зміни переваг і смаків споживачів відносно послуг, що входять до асортименту підприємства. Різноманітний асортимент і якість послуг підприємства

здатні задовольнити їх потреби.

Стосовно загальносистемного рівня, попри складність ситуації в країні, керівництво проводить політику подальшого розвитку. Суть її зводиться до розширення газотранспортної мережі, підвищення рівня газифікації північного регіону Республіки, залученні інвестиційних ресурсів та ефективного їх використання.

З огляду на зазначене та особливості зміни ринків і сучасних організацій, вимагають методичної розробки

підходи до оцінки рівня управління. Запропоновано здійснювати таку оцінку з урахуванням локального, системного та загальносистемного рівнів. Саме такий підхід дасть змогу через критерії кількісної оцінки вчасно сформулювати уявлення про можливі загрози та сформулювати ефективну систему стратегічного розвитку організації. Результати досліджень мають практичне значення і можуть використовуватись в організаціях з метою діагностики рівня управління.

Список літератури

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; пер. сангл. - М. : Экономика, 1989. - 350 с.
2. Герасимчук В. Г. Стратегічне управління підприємством. Графічне моделювання: навчальний посібник / В. Г. Герасимчук - К. Центр навчальної літератури, 2000 - 210 с.
3. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке / П. Друкер - М. : Экономика, 2000. - 250 с.
4. Классификация и оценка факторов эффективности производства в нефтяной промышленности / О. И. Лесюк, Н. А. Данилюк, О. О. Кушина // Развед. и разраб. нефт. и газ. местор.: респ. мжвед. научн.-технич. сб. - 1978. - Вып.15.- С. 129-134.
5. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. сангл. - М., 1992- 869 с.
6. Нили Э. Призма эффективности: карта сбалансированных показателей для измерения успеха в бизнесе и управлении им / Нили Э., Адамс К., Кеннерли М. ; пер. с англ. - Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. - 400 с.
7. Ольве Н. Г. Оценка эффективности деятельности организации. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей / Ольве Н. Г., Рой Ж., Веттер М. ; пер. с англ. - М. : Издательский дом «Вильямс», 2004 - 304 с.
8. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг; пер. с англ.- 2-е европ. изд. - М. ; СПб.; К.: Вильямс, 2000. - 944 с.
9. Петренко В. П. Інтелектуальні ресурси соціально - економічних систем: аспекти інноваційного управління: монографія/ В. П. Петренко. - Івано- Франківськ: ПП Курилюк, 2009. - 196 с.
10. Устенко А. О. Інформатизація управління виробничими процесами: монографія/ А. О. Устенко - Івано-Франківськ.: Факел, 2011. - 220 с.

РЕЗЮМЕ

Тараевская Леся, Рищук Лилия

Методические подходы к оценке уровня управления организацией

В статье обоснованы методические подходы к оценке уровня управления организацией, предложено рассматривать эффективность управления на взаимозависимых и взаимосвязанных уровнях, доказано, что такой подход даст возможность через критерии количественной оценки вовремя разработать эффективную систему стратегического развития организации. На примере «Єдинець-Газ», с учетом предлагаемой методики, оценено состояние уровня управления.

RESUME

Tarayevska Lesya, Rishchuk Lilia

Methodical approaches to organization of management level evaluation

In this article there have been grounded the methodical approaches to organization of management level evaluation. It is suggested to consider the management efficiency on three interdependent and interrelated component levels. There has been proved that such approach can give an opportunity timely to devise an effective system of the organization strategic development by quantitative evaluation of criterions. The management level state has been estimated taking into account the suggested technique on the example of "Yedinets-Gas" Ltd.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

Роман ТОЛПЕЖНИКОВкандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств,
Приазовський державний економічний університет**Олександр ПАСТОЩУК**асистент кафедри економіки підприємств,
Приазовський державний економічний університет

СТРАТЕГІЧНА КАРТА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ключовим фактором розвитку будь-якого підприємства є процес повної реалізації планів у межах обраної та затвердженої стратегії розвитку. На сучасному етапі переходу підприємств на вартісно-орієнтовану модель управління важливим є процес переносу та оцінки окремого стратегічного рішення при вирішенні завдання максимізації вартості компанії. Для вирішення цієї проблеми запропоновано побудувати типову стратегічну карту підприємства для вирішення проблем системного характеру при максимізації вартості компанії.

Ключові слова: стратегічна карта, ринкова вартість, інвестиційна вартість, матеріальні та нематеріальні активи.

Проведені автором дослідження показали, що методика розрахунку ринкової вартості підприємства є лише засобами оцінки ефективності його діяльності, а не механізмами управління вартістю. Тобто за цими методиками ми можемо обчислити вартість об'єкта, а не отримати можливість управління нею.

Одним з можливих варіантів вирішення цієї проблеми є створення та використання комплексної системи управління підприємством, яка б давала змогу задіяти усі організаційні одиниці до роботи,

спрямованої на досягнення головної стратегічної мети – підвищення вартості підприємства.

Метою статті є на основі власних досліджень запропонувати типову систему управління вартістю підприємства на основі побудови його стратегічної карти.

Для забезпечення виконання усіх складових комплексної системи, що збільшить величину вартості підприємства, необхідне виконання на рівні підприємства наступних умов (рис. 1):

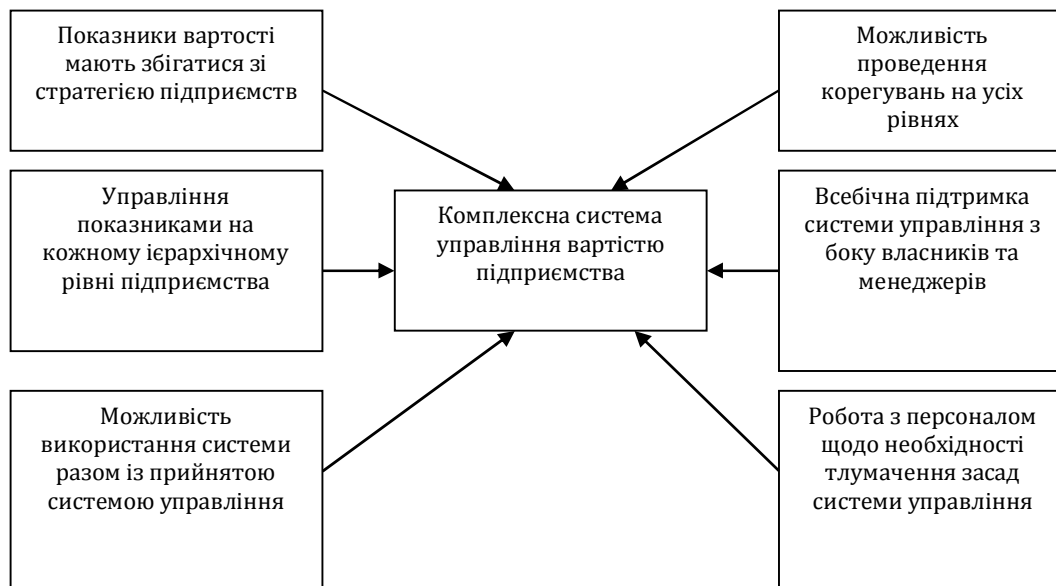


Рис. 1. Основні складові реалізації системи підвищення вартості підприємства

Отже, можна констатувати, що головним чинником підвищення вартості підприємства є зміна мислення щодо формування стратегії розвитку підприємства. Як і будь яка інша стратегія, стратегія максимізації вартості підприємства має складатися з мети, плану дій для

втілення стратегії, методів конкурентної боротьби. Важливим при розробці стратегії є проведення аналізу середовища в якому знаходиться підприємство, його внутрішній потенціал, можливі загрози, слабкі та сильні сторони, на основі якого вже моделюються варіанти

альтернативного розвитку підприємства з вибором тих, які найбільше впливають на показник вартості підприємства.

У задачах стратегічного менеджменту одними з ефективних методів управління є технологія «Управління за цілями», вперше згадана її автором Пітером Друкером у 1954 році у книзі «The Practice of management»[1]. На думку вченого, управління слід проводити на основі 5 принципів:

- цілі розробляються не тільки для організації, а й для кожного її співробітника;
- цілі розробляються «зверху вниз» для забезпечення зв'язку зі стратегією та «знизу вгору» для досягнення релевантності до співробітника;
- участь у прийнятті рішень, тобто і керівник, і працівник разом приймають рішення по вибору варіанту рішення поставленої задачі;
- проведення обов'язкової оцінки проведеної роботи;
- побудова ефективної системи мотивації персоналу [2].

Головною проблемою при виборі показників для системи управління ефективністю є труднощі вибору таких для окремої організації. Одним з критеріїв вибору таких показників є усвідомлення менеджментом граничності використання ресурсів. Тобто при виборі показника менеджер спирається на ті альтернативи використання ресурсів, які найбільшою мірою збігаються зі стратегією підприємства по максимізації своєї вартості.

Доказом необхідності введення системи управління вартістю на підприємстві можуть бути дослідження, проведені Р. Капланом та Д. Нортоном[3], які засвідчили той факт, що компанії здебільшого орієнтуються на фінансові показники своєї діяльності, керуючись принципом підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок зниження витрат на підвищення кваліфікації робочих кадрів, скорочення витрат на проведення маркетингових заходів, обслуговування клієнтів та інше. Проводячи таку політику, менеджери досягали збільшення фінансових показників у короткостроковій перспективі, нехтуючи стратегічним розвитком підприємства. Також слід зауважити, що співробітники багатьох підприємств не були ознайомлені зі стратегією компанії, тому не розуміли своєї ролі у самому процесі реалізації стратегії. З цього виходить, що співробітники не мають мотивації в підвищенні ефективності виконання стратегічних планів.

Для вирішення цих проблем пропонується система управління вартістю підприємства, яка б дозволила розділити стратегію підприємства на конкретні цілі та показники, створити прямі зв'язки між управлінською та тією, якою керують, структурою, декомпонувати стратегічні цілі підприємства в окремі процеси та дії, які б були зрозумілі кожному співробітнику, відслідковувати зміни навколо підприємства, контролювати виконання розробленої стратегії.

Розробка стратегії підприємства розпочинається з побудови стратегічної карти, розробки стратегічних показників та стратегічних ініціатив.

При побудові стратегічної карти необхідно, поперше, відтворити стратегію підприємства у вигляді окремих взаємопов'язаних цілей для більш точного та зрозумілого механізму її виконання. По-друге, виконати

побудову у такій послідовності, щоб не допустити появи зв'язків між «не сусідніми» стратегічними цілями, попереджуючи випадіння окремої стратегічної цілі із загальної стратегії підприємства.

Графічна інтерпретація моделі стратегічної карти промислового підприємства виглядає наступним чином (рис. 2).

Згідно з моделлю, стратегію підприємства «Системне підвищення вартості підприємства» поділяють на 4 основні складові: «Підвищення цінності людського капіталу підприємства», «Виробничий потенціал підприємства», «Розширення ринку», «Фінансовий результат», кожна з яких отримує власну стратегічну мету, але підпорядковану стратегії підприємства.

Для кожної з 4 основних складових стратегії підприємства існує стратегічна мета: для «Підвищення цінності людського капіталу підприємства» метою буде «Підвищення кваліфікації та мотивації персоналу», для «Виробничого потенціалу підприємства» – «Випуск нових або більш якісних продуктів», для «Розширення ринку» – «Підвищення цінності продукту для споживача», для «Фінансового результату» – «Зростання прибутку підприємств».

Характеристика головних стратегічних цілей:

1. Стратегічна мета «Підвищення кваліфікації та мотивації персоналу» полягає у невинному процесі навчання та підвищенні кваліфікації працівників як основної рушійної сили розвитку підприємства. Процес поєднання практичних навичок та новітніх розробок у сфері виробництва, управління разом із матеріальним стимулюванням призводить до підвищення конкурентноздатності підприємства на величину вартості знань та спеціальних навичок працівників.

2. Стратегічна мета «Випуск нових або більш якісних продуктів» спрямована на оптимізацію бізнес-процесів на підприємстві з метою підвищення рівня завантаження потужностей, підвищення рівня продуктивності праці, зниження рівня браку готової продукції або впровадження випуску нової продукції.

3. Стратегічна мета «Зменшення питомої ваги постійних витрат» через збільшення об'ємів виробництва за рахунок підвищення цінності товарів та послуг для клієнтів, більшого асортименту, надання найкращих пропозицій постійним клієнтам.

4. Стратегічна мета «Зростання прибутку підприємств» оцінює стан матеріальних факторів створення вартості, підвищення за рахунок їх використання основних фінансових показників, таких, як прибуток та виручка.

Таким чином, між усіма стратегічними цілями є взаємозв'язок: підвищення цінності кваліфікації та мотивації персоналу призводить до якісного використання всіх потужностей, які має підприємство, через підвищення рівня продуктивності праці, рівня використання новітніх розробок, рівня безперебійної ходи виробничого процесу, що в свою чергу дає можливість збільшити переваги споживачів, тим самим створити додаткову вартість для клієнтів. Усі 3 стратегічні мети підприємства призводять до підвищення й фінансових показників, через збільшення доходу та коректного використання потужностей підприємства.

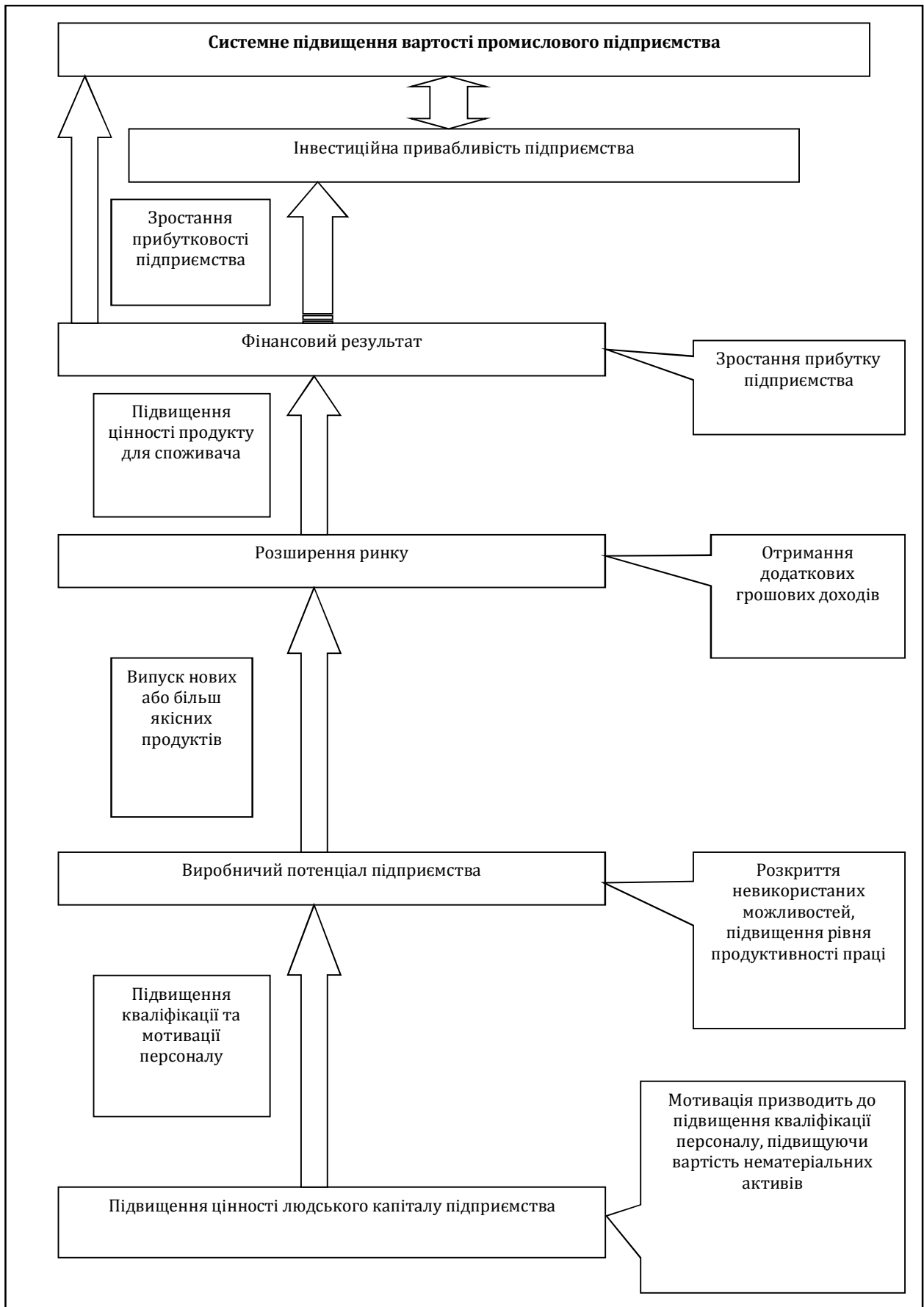


Рис. 2. Типова модель стратегічної карти промислового підприємства

З моделі стратегічної карти видно, що між стратегією підприємства та іншими стратегічними цілями існує стратегічна мета «Інвестиційна привабливість підприємства». Ця стратегічна мета є результатом розуміння того, що у період глобалізації вартість підприємства – це вартість внутрішніх можливостей підприємства і вартість того, як до підприємства ставляться потенційні інвестори. Зрозуміло, що для збільшення ринкової вартості (внутрішня вартість плюс ставлення інвесторів) слід не

тільки підвищувати внутрішню вартість підприємства, але й впливати на інвесторів до підприємства, тобто робити все, щоб ринкова вартість була узгоджена із внутрішньою [4-7].

Для того, аби зрозуміти ринкову вартість більш повно, необхідно спочатку зрозуміти, з чого складається внутрішня вартість і від яких факторів залежить відношення інвестора до підприємства. Вартість будь-якого підприємства залежить від матеріальних і нематеріальних активів (рис. 3):

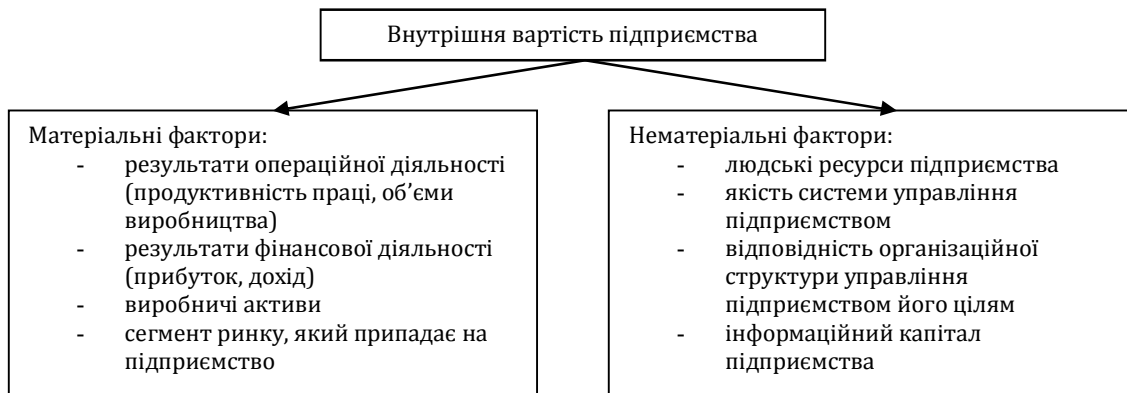


Рис. 3. Фактори формування внутрішньої вартості підприємства

Як видно з рис. 3, внутрішня вартість підприємства цілком залежить від управлінців та їх дій усередині самої організації, тоді як відношення інвестора до підприємства більше залежить від інформаційної складової про підприємство: відгуки аналітичних агентств, наскільки часто про підприємство говорять у ЗМІ, та характер цих розмов, географічна складова, прозорість корпоративної структури та інформація про власників. Сукупність перерахованих факторів і створює ринкову вартість підприємства.

Для наглядної демонстрації впливу факторів відношення інвесторів до підприємства використаємо графік, який показує динаміку цін акцій двох російських підприємств нафтогазовидобувної галузі: «Сибнефть» та «Сургутнефтегаз». Для аналізу візьмемо період з 2001 по 2006 роки включно (рис. 4) [8].

Для проведення аналізу слід звернути нашу увагу на періоди, коли вартості акцій порівнюваних підприємств рухались у різні боки. Так, починаючи з 2002 року курс акцій компанії Сибнафта почав стрімко зростати завдяки появі звістки про можливу купівлю компанією компанії ЮКОС. А 28 листопада 2003 року коли з'явилась інформація про неможливість купити акції ЮКОСу, ціни на акції впали дуже швидко. Це свідчить про те, що навіть будь-яка інформація, яка стосується підприємства, має той чи інший рівень впливу на вартість підприємства на певний момент. Ще одним показовим випадком впливу інформації на вартість цін акцій став вересень 2004 року, після оприлюднення інформації щодо купівлі «Сибнефти» компанією «Газпромнефть», а у 2005 році купівля «Газпромнефти»

«Газпромом». Ця інформація негативним чином відобразилась на вартості акцій, адже вона викликала протестні настрої з боку міноритаріїв. Що стосується компанії «Сургутнефтегаз», то невдоволення інвесторів діяльністю менеджменту підприємства призвело до зниження вартості акцій. Ця тенденція продовжувалась до середини 2003 року, після того, як в Іраку почалась війна і ціни на нафту «поповзли» угору. Стрімке зростання вартості акцій спостерігаємо влітку 2004 року, знову ж пов'язану з інформацією про купівлю «Сургутнефтегазом» акцій «ЮКОСу».

Проведений аналіз дозволив графічно довести наявність впливу очікувань інвесторів на вартість підприємства, тобто очікування інвесторів не менш важливі при розрахунку вартості підприємства, ніж фактори внутрішньої вартості. Саме тому менеджмент підприємства має керувати не тільки внутрішньою вартістю підприємства, а максимально наблизити її до ринкової вартості. Для досягнення подібного результату необхідно створити такий інструмент поєднання внутрішньої вартості підприємства та очікувань інвесторів у єдину вартість з метою збільшення величини вартості підприємства.

Таким чином, у статті запропоновано для використання модель стратегічної карти підприємства, в якій опрацьовано ті сфери діяльності, котрі більшою мірою впливають на загальну ринкову вартість. Також розглядалися основні чинники, які змінюють якість реалізації стратегії підприємства, фактори впливу на його інвестиційну привабливість.

Динаміка курсу акцій «Сургутнефтегаз» та «Сибнефти»

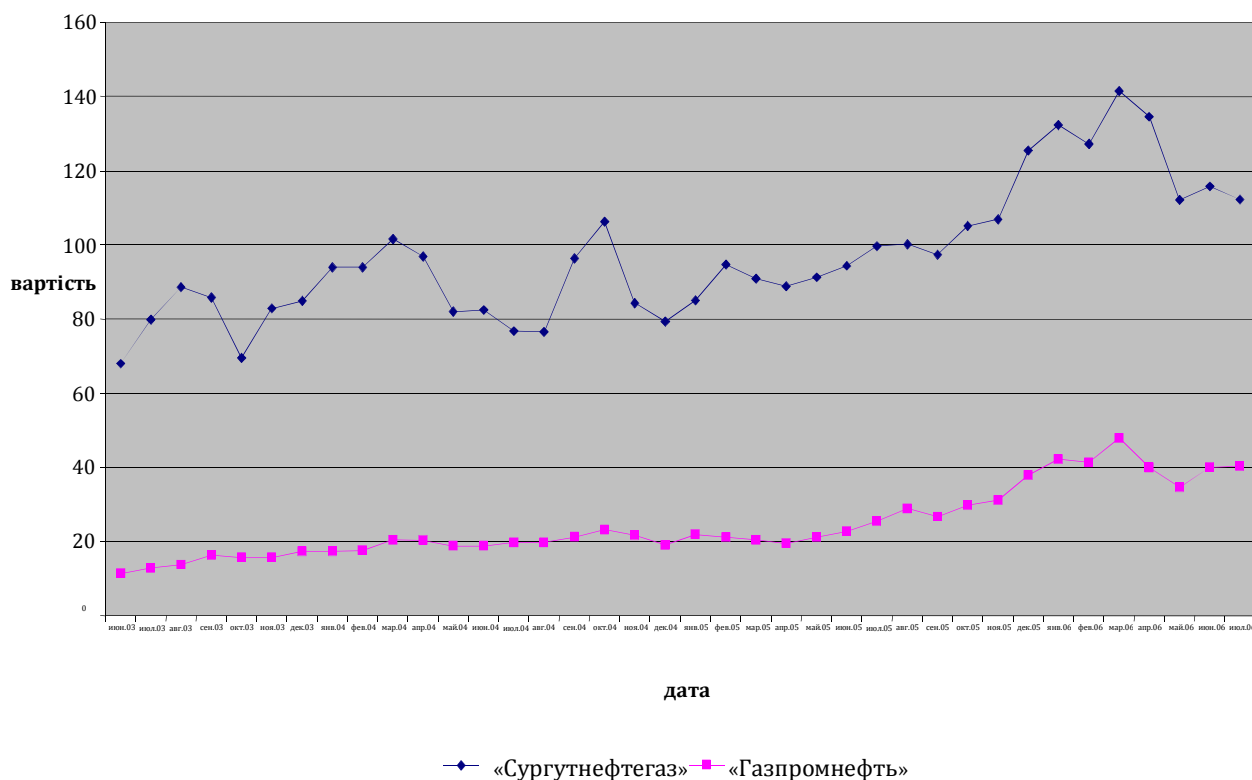


Рис. 4. Динаміка курсу акцій «Сургутнефтегаз» та «Сибнефти» за 2003-2006 роки

Список літератури

1. Друкер П. Ф. Практика менеджмента / Питер Ф. Друкер. – М. : ИД «Вильямс», 2003 – 398 с.
2. Самбурский А. М. Совершенствование механизма стоимости промышленного предприятия: дис. ... канд. эк.наук. / Самбурский А. М. – Екатеринбург, 2010.
3. Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2006 – 320 с.
4. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия / С. В. Валдайцев. – М. : ЮНИТИ, 2001. -720 с.
5. Заман А. Репутационный риск. Управление в целях создания стоимости / А. Заман. – М. : Олимп-Бизнес, 2008. – 416 с.
6. Козырь Ю. В. Особенности оценки бизнеса и реализации концепции VBM / Ю. В. Козырь. – М. : Квинто-Консалтинг, 2006. – 288 с.
7. Ивашкокая И. В. Управление стоимостью компании: вызовы российскому менеджменту / И. В. Ивашкокая //Российский журнал менеджмента. – 2004. – №4. – С. 113-132.
8. <http://rts.micex.ru/ru/issue>.
9. <http://www.ngfr.ru>.

РЕЗЮМЕ

Толпежников Роман, Пастощук Александр

Стратегическая карта предприятия как основа повышения стоимости предприятия

Ключевым фактором развития любого предприятия является процесс полной реализации планов в рамках выбранной и утвержденной стратегии развития. На современном этапе перехода предприятий на стоимостно-ориентированную модель управления, важным является процесс переноса и оценки отдельного стратегического решения при решении задачи максимизации стоимости компании. Для решения данной проблемы предложено построить типичную стратегическую карту предприятия для решения проблем системного характера при максимизации стоимости компании.

RESUME

Tolpezhnikov Roman, Pastoschuk Olexandr

Strategy map as the basis for improving of enterprise value of the company

A key factor in the development of any enterprise is the process of full implementation of the plans under the selected and approved development strategy. At the present stage of transition of enterprises to cost-oriented model of governance is important to the process of developing a separate assessment of strategic solutions for solving the problem of maximizing the value of the company. To solve this problem, there has been proposed to build a typical strategy map of enterprise for solving systemic problems while maximizing shareholder value.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

Роман ТОЛПЕЖНИКОВкандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств,
Приазовський державний економічний університет**Олександр ПАСТОЩУК**асистент кафедри економіки підприємств,
Приазовський державний економічний університет

МЕТОДИКА ОЦІНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Поступовий перехід до управління підприємством на основі оцінки його ринкової вартості на певний момент часу потребує розробки нових, вдосконалення наявних теоретичних засад оцінки результативності роботи найманих працівників. Складність та багаторівневість процесу управління унеможливує використання однокладових моделей оцінки. Запропонована методика оцінки результативності корпоративного управління на промислових підприємствах.

Ключові слова: корпоративне управління, оцінка вартості підприємства, ефективність управління, підприємство.

Процес побудови конкурентоспроможного підприємства передбачає спроможність власника та найнятих ним менеджерів раціонально використовувати капітал підприємства. Глобалізація спонукає підприємства постійно створювати конкурентні переваги задля можливості не тільки залишатись на ринку, а й виживати у короткостроковій перспективі та постійно збільшувати свою ринкову вартість.

Глобалізація призводить до зростання кількості змін в усіх економічних процесах, що з одного боку дає більшу кількість вибору альтернатив серед вже наявних та нових, з іншого боку потребує від власників та управлінців високої кваліфікації при швидкій зміні параметрів кожної з альтернатив. Подібні зміни в економічних процесах потребують проведення періодичного аналізу та пошуку та поєднання цих змін з сучасними бізнес-моделями.

Таким чином, слід констатувати, що однією з основних ознак конкурентоспроможного підприємства є використання ним при управлінні такої моделі, яка є максимально мобільною до змін у економічному просторі. А саме, вміння моделі швидко реагувати на зміни при зростанні (зниженні) об'єму ринку, на можливість своєчасного переносу капіталу з одного виду бізнесу у інший або його закриття з мінімальними втратами на закриття. Іншими словами мобільність моделі управління підприємством має на меті підтримувати ліквідність підприємства на безпечному рівні. Однією з подібних моделей є модель управління вартістю підприємства (Value Based Management – VBM).

Швидкість у прийнятті своєчасних стратегічних та тактичних рішень у межах вартісної моделі управління підприємством потребує реалізації на практиці кваліфікованої аналітичної системи. Управління вартістю компанії – це послідовний процес фінансового аналізу компанії за принципом економічного прибутку та за результатами аналізу побудови тактичних та стратегічних рішень. Фінансова складова в процесі управління має бути тісно взаємопов'язана з іншими функціями, адже процес управління базується на зміні показника інвестиційної вартості підприємства.

Метою статті є на основі аналізу публікацій, власних

досліджень запропонувати власну методику оцінки результативності корпоративного управління на підприємстві.

Проблемами рівня ефективності корпоративного управління у сучасний період переймаються все більше вітчизняних вчених. Забезпечення правового регулювання акціонерних правовідносин, удосконалення організаційно-управлінських аспектів діяльності підприємств, удосконалення методів оцінки ефективності корпоративного управління, визначення напрямків підвищення ефективності процесу корпоративного управління – це питання, які досліджували в своїх працях О. С. Вартанова [5], М. М. Глазова [4], Б. Коласса [7], І. В. Семенко [8], А. А. Садеков [9], де вивчено проблеми діагностування та оцінки якості систем управління підприємствами різних організаційно-правових форм.

У пострадянських країнах впровадження стандартів корпоративного управління, їх ефективності зумовлене, по-перше, необізнаністю підприємств про необхідність останнього, по-друге, низьким рівнем нормативно-правової бази діяльності об'єднань підприємств, по-третє, складністю з визначенням критеріїв оцінки ефективності корпоративного управління [1].

Корпоративне управління – це система відносин між органами товариства та його власниками (акціонерами) відносно управління діяльністю товариства [3].

На цей час не існує єдиної моделі ефективного управління, проте можна визначити загальні основоположні його елементи, зокрема принципи корпоративного управління ОЕСР (Organization of economical cooperation and development). [6]

В умовах глобалізації майбутнє держави та компаній, які в ній працюють, залежить від конкурентоздатності національної економіки на світовому ринку, а одним з джерел високої конкурентоздатності якраз і є дотримання стандартів корпоративного управління [2].

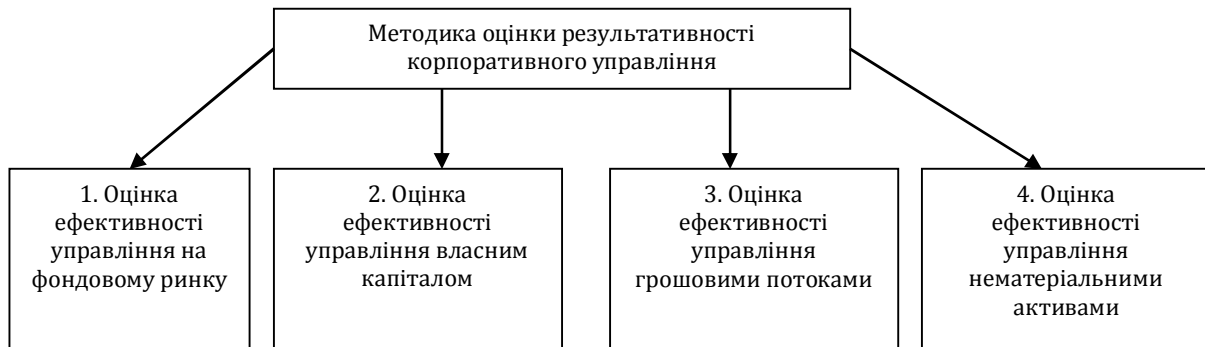
Для того, щоб справитися з такою задачею, потрібно побудувати внутрішньокорпоративну систему управління вартістю підприємства, засновану на ключових факторах побудови вартості окремого підприємства.

Однак при використанні найманої праці менеджерів

(корпоративне управління) власники отримують ризик, по-перше, неможливості прямого управління компанією, по-друге, у разі банкрутства підприємства є останнім у черзі повернення коштів. Саме тому корпоративне управління підприємством (менеджмент) необхідно вважати одним із факторів створення вартості і залучити її до загальної стратегії та системи управління вартістю. Проблемою ж постає інструментарій оцінки вкладу корпоративного управління в загальну ринкову

вартість.

Для максимізації вартості підприємства менеджери та власники фокусуються на управлінні капіталом підприємства, нематеріальними активами, грошовими потоками, вартістю акцій на фондових ринках. Тому при розрахунку ефективності діяльності корпоративного управління слід звертати увагу на ці напрями діяльності. Методика оцінки корпоративного управління на підприємстві виглядає наступним чином:



Оцінка ефективності управління на фондовому ринку є, на нашу думку, найбільш показовим вимірником ефективності управління підприємством з боку управлінців, тому що саме ринок відображає ті зміни, які проходять на підприємстві за рахунок коливання цін на акції. Саме ринок показує компетентність менеджера та його спроможність у прийнятті важливих рішень у період нестабільності ринку. Оцінка ефективності зводиться до кількісного порівняння темпів зниження ринкових індексів та темпу зміни курсу акцій досліджуваного підприємства. Розрахунок ведеться за формулою:

$$T_k = \frac{\frac{I_k - I_n}{I_n}}{\frac{S_k - S_n}{S_n}} \quad (1)$$

де,

T_k – відношення темпу зниження ринкових індексів та вартості акції.

I_k – індекс на кінець досліджуваного періоду,

I_n – індекс на початок досліджуваного періоду,

S_k – вартість акції на початок досліджуваного періоду,

S_n – вартість акції на кінець досліджуваного періоду.

Згідно з формулою, знак « - » після розрахунку говорить про те, що підприємство не знизило свою ринкову вартість за рахунок зниження курсу акцій за досліджуваний період. Якщо після розрахунку отримуємо позитивний результат «+», то це говорить про зниження курсу акцій компанії за певний період. Величина ж «позитивного T » дає можливість оцінити різницю між зниженням індексу ринку та ціною на одну акцію (що менше значення коефіцієнта T , то швидше акції підприємства «падають», ніж ринок загалом).

Оцінку ефективності управління власним капіталом менеджментом підприємства слід проводити на основі показника рентабельності управління власним капіталом:

$$R_{yup} = \frac{ЧП}{СК} - d$$

$$П = СК * R_{yup} \quad (2)$$

$$СП = \frac{П}{d},$$

де

R_{yup} – рентабельність управління,

d – необхідна для інвесторів норма прибутковості при вкладанні коштів,

$ЧП$ – чистий прибуток підприємства,

$СК$ – власний капітал,

$П$ – управлінський прибуток,

$СП$ – вартість управління підприємством.

3. Оцінку ефективності управління грошовими потоками зводиться до розрахунку вартості підприємства на основі доходного підходу, тобто якщо розрахована ринкова вартість підприємства збільшується від періоду до періоду, то й ефективність діяльності менеджерів є позитивною.

$$ДП = ВР - СВ - УВ$$

$$A_M = B_{перв} * H_A \quad (3)$$

$$ГП = ДП + A_M - П$$

$$СП = \sum \frac{ДП}{(1+r)^n},$$

де

$ДП$ – валовий прибуток від реалізації продукції,

$ВР$ – виручка від реалізації продукції,

$СВ$ – собівартість продукції,

$УВ$ – видатки на утримання апарату управління,

A_M – амортизаційні відрахування,

$П$ – податки

$ГП$ – грошовий потік,

$СП$ – вартість підприємства.

4. Оцінку ефективності управління нематеріальними активами пропонується проводити на принципах порівняльного підходу при оцінці вартості бізнесу, зокрема на основі підприємства-аналога:

$$R_{MA} = \frac{П}{A - З - НМА};$$

$$П_{ПА} = MA * R_{MA}; \quad (4)$$

$$P_{HA} = P_{ЧПА} - P_{ПА};$$

$$C_{HA} = P_{HA} / D$$

де

R_{MA} – рентабельність чистих активів підприємства,
 P – чистий прибуток досліджуваного підприємства,
 A – активи підприємства,

Z – довгострокові та короткострокові зобов'язання,
 HMA – нематеріальні активи (гудвіл),

$P_{ПА}$ – прибуток підприємства від використання матеріальних активів,

MA – матеріальні активи підприємства-аналога,

P_{HA} – прибуток за використання нематеріальними активами,

$P_{ЧПА}$ – чистий прибуток підприємства-аналога.

D – ставка дисконтування.

Таким чином, у статті розглянуто методику оцінки ефективності корпоративного менеджменту на підприємстві, яка містить аналіз чотирьох сфер діяльності підприємства (фондового ринку, нематеріальних активів, грошових потоків, власного капіталу) як основних факторів створення ринкової вартості та інвестиційної привабливості підприємства.

Запропонована методика не є вичерпною і може використовуватись як основа для розрахунку впливу якості управління компанією на сукупну поточну вартість підприємства або бізнесу.

Список літератури

1. Иванова Е. А. Корпоративное управление / Е. А. Иванова, Л. В. Шишикина. – Ростов н/Д: «Феникс», 2007, – 256с.
2. Современная практика корпоративного управления в российских компаниях/ Под ред. А. А. Филатова и К. А. Кравченко – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 245с.
3. Про затвердження критеріїв оцінки ефективності управління корпоративними правами держави – Фонд державного майна Наказ № 1241 від 24.06.2004
4. Глазов М. М. Диагностика предприятий: новые решения / М. М. Грачев; С. -Петербург. ин-т экономики и финансов, Высш. экон. шк. – СПб.: Изд-во С. -Петербург. ун-та экономики и финансов, 1997. – 122 с.
5. Вартанов А. С. Экономическая диагностика деятельности предприятия: организация и методология / А. С. Вартанов. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 80 с.
6. Рішення "Принципи корпоративного управління України" № 242 від 03.03.2003 / Державна комісія із цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lawua.info/bdata3/ukr3055/>
7. Коласс Б. Управление финансовой деятельностью предприятия: проблемы, концепции и методы: учеб. пособие / Б. Коласс. – М.: Финансы: ЮНИТИ, 1997. – 596 с.
8. Сіменко І. В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика: монографія / І. В. Сіменко; М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2009. – 394 с.
9. Садеков А. А. Управление предприятием в условиях кризиса: монография / Садеков А. А., Цурик В. В.; М-во образования и науки Украины, Донецк. держ. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского, Каф. экономики предприятия. – Донецьк: [ДонГУЭТ], 2006. – 178 с. – Библиогр.: с. 148-155.

РЕЗЮМЕ

Толпежников Роман, Пастощук Олександр

Методика оценок результативности корпоративного управления

Постепенный переход к управлению предприятием на основе изучения его рыночной стоимости на определенный момент времени требует разработки новых, совершенствования существующих теоретических основ оценки результативности работы наемных работников. Сложность и многоуровневость процесса управления делает невозможным использование односложных моделей оценки. Предложена методика оценки результативности корпоративного управления на промышленных предприятиях.

RESUME

Tolpezhnikov Roman, Pastoschuk Oleksandr

Methods of assessing of the effectiveness of corporate governance

Gradual transition to enterprise management based on an evaluation of its market value at a point in time requires the development of new, improved existing theoretical framework estimates the performance of employees. Complexity and multilevel of management process make it impossible to use monosyllabic assessment models. The technique of evaluation of corporate governance in industrial enterprises are proposed.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

Тетяна ТУРЧЕНЮК

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту,
ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

Олександр ГУРЕВИЧ

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ»

УДОСКОНАЛЕННЯ ЕРГОНОМІЧНИХ ВИМОГ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ ЗМЕНШЕННЯ ВИРОБНИЧОГО ТРАВМАТИЗМУ

Розглянуто сучасні проблеми травматизму на виробництві, визначені основні причини, запропоновано шляхи його зменшення. Досліджено сучасну структуру ергономіки.

Ключові слова: ергономіка, ергономічні вимоги, виробничий травматизм.

Дослідження виробничого травматизму стало нагальною проблемою людства з середини ХХ століття. Актуалізацію зазначеної проблеми спровокували наступні причини: якщо в Англії у 1946 році смертність у результаті нещасних випадків удвічі поступалася смертності від інфекційних захворювань, то в 1961 році вона втричі перевищила останню [1]. Приблизно таку ж ситуацію можна було спостерігати і в США. Вирішення проблем, пов'язаних з упровадженням і експлуатацією нової техніки і технологій у ХХ столітті, а саме: зростання травматизму на виробництві, плинність кадрів – вимагало нового об'єднання наук при активному залученні психології і гігієни праці, унаслідок чого з'явилася наука ергономіка [2].

Вивченням закономірностей трудових процесів, ролі людського чинника у трудовій діяльності та підвищення ефективності виробництва при дотриманні умов безпеки праці займалися такі вчені, як: В. Бехтерев, А. Гастев, П. Керженцев, В. Мясіщев, В. Ястшембовський. Проте, незважаючи на їх наукові здобутки, якість впровадження ергономічних розробок у сучасному виробництві знаходиться на недостатньому рівні. Водночас слід зауважити, що вітчизняна наука не повною мірою використовує позитивні досягнення

міжнародного досвіду.

Метою статті є визначення основних шляхів удосконалення ергономічних вимог, за рахунок чого в перспективі можна буде зменшити виробничий травматизм. Відповідно до поставленої мети основними завданнями дослідження виступають визначення джерел виробничого травматизму, виявлення можливих варіантів усунення причин його виникнення та розробка конкретних ергономічних вимог.

Ергономіка (від грецького «ergon» – робота, «nomos» – закон, а разом – це «закон роботи») становить галузь знань, яка комплексно вивчає трудову діяльність людини у системі «людина – техніка – середовище» з метою забезпечення ефективності, безпеки та комфорту трудової діяльності [4]. Дослідження ергономіки базуються на визначенні закономірностей психічних і фізіологічних процесів, які лежать в основі певних видів трудової діяльності, що детермінують особливості взаємодії людини зі знаряддями та предметами праці [5].

Підтвердженням того, що в нашій країні світовий досвід вивчається недостатньо, є огляд показників виробничого травматизму в Україні за період з 2002 по 2011 роки, які наведені нижче в таблиці 1.

Таблиця 1. Показники виробничого травматизму в Україні за період з 2002 по 2011 роки

Показник	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.
Кількість потерпілих з утратою працездатності на 1 робочий день і більше та зі смертельним наслідком, тис. чол.	27,8	25,7	23,3	21,2	19,7	18,8	16,5	12,8	12,2	10,9
Кількість днів непрацездатності через виробничий травматизм на 1 людину, днів.	30,3	32,1	33,5	36,1	36,3	37,8	37,6	39,6	40,2	40,7

Як бачимо, кількість потерпілих від виробничого травматизму зменшується з року в рік. Проте час, який

витрачає постраждала від травматизму людина на відновлення працездатності, зростає. Ситуація, що склалася, говорить про декілька моментів:

- важкість наслідків для здоров'я від виробничого травматизму підвищується;
- виробництво несе більші збитки від виробничого травматизму через недовикористання всього потенціалу людських ресурсів, що опинилися на лікарняному;
- соціальне, а особливо медичне, забезпечення персоналу вимагає більших витрат.

Звичайно, той факт, що потерпілих менше, а тим, що таки зазнали шкоди, відводять більше часу на лікування та відновлення, є позитивним зрушенням. Водночас критичність зростання витрат для подолання наслідків травматизму на виробництві слід розглядати як серйозну проблему для керівників підприємств. Тому постає питання про покращення безпеки праці, підготовленості персоналу до найефективнішої взаємодії із знаряддями праці та виробничим процесом [6].

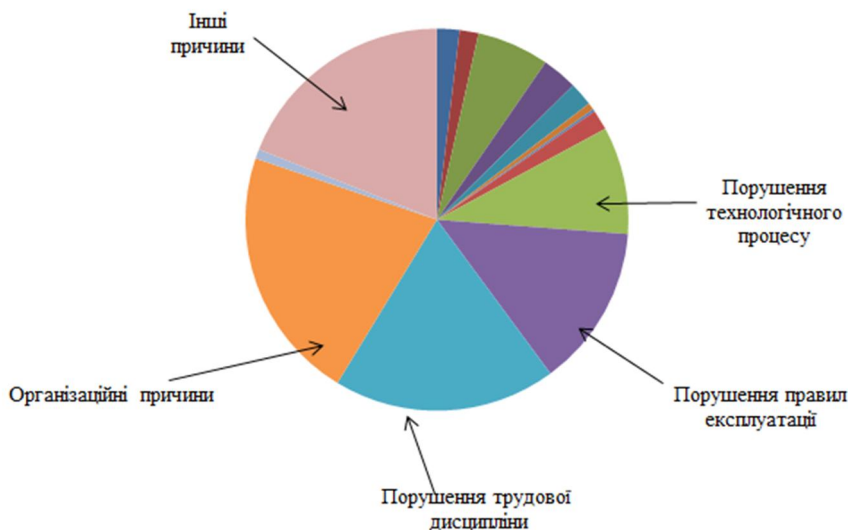


Рис. 1. Основні причини виробничих травм на підприємствах України за 2011 рік, %

Як бачимо з рисунку 1, саме незнання працівниками всіх аспектів технологічного процесу, правил експлуатації, трудової дисципліни, інших організаційних моментів є основними причинами виробничого травматизму. Недотримання перелічених умов може бути спричинене не лише незнанням, але й іншими фізіологічними, психологічними, соціальними проблемами (табл. 2).

Проте наука ергономіка може стати в нагоді і у вирішенні навіть інших, більш складних, проблем. У сучасних умовах ергономіка поступово охоплює все більше аспектів людської діяльності, що спричинило виникнення такої великої кількості її видів [4; 7; 8].

Щоб досягти поставленої мети на українських виробництвах, а саме: зменшити виробничий травматизм шляхом найефективнішого та найбезпечнішого поєднання компонентів «людина-техніка-середовище» ергономіка має відповідати таким принципам:

- раціоналізації організації робочого часу як людини, так і обладнання;
- оптимального розподілу праці між людиною-працівником та технічним засобом (тобто те, що краще зробить людина, робить вона, а машина виконує те, для чого вона краще пристосована);
- надійності техніки та виконання роботи людиною;
- дотримання стандартів та нормативів;
- оптимального забезпечення інформацією систем управління про виробництво з метою прийняття ефективних рішень;
- комплексності – полягає в тому, що вся виробнича система виступає як одне ціле; з неї не можна вилучити ту чи іншу складову або абстрагуватися [9;

10].

Для досягнення виконання таких принципів, на наш погляд, в Україні мають застосовуватися наступні заходи:

1. Підготовка фахівців. У розвинених країнах, де ергономіка як наука займає чільне місце, 1 ергономіст припадає на 100000 чоловік населення. За даними Міжнародної ергономічної асоціації (IEA), загальна потреба господарського комплексу України у фахівцях з ергономіки різного спрямування оцінюється в межах від 2700 до 3850 чоловік. Починаючи з 2012 року, необхідно щорічно випускати не менше 100 магістрів з ергономіки, що через індивідуальність їх підготовки є непростим завданням [2];
2. Створення наукових інститутів для розвитку ергономічних знань. Це твердження впливає з попереднього. Існує Всеукраїнська ергономічна асоціація, проте сил цього об'єднання замало;
3. Стандартизація. Найважливішою міжнародною організацією, що впливає на створення національних стандартів більшості європейських країн, США, Японії, є Міжнародна організація стандартизації (ISO). Кількість стандартів з ергономіки постійно збільшується. Разом з тим Україна значно відстає з їх упровадженням, що є значним недоліком, бо ергономіка знаходить у стандартизації ефективний засіб управління проектуванням та створенням нової техніки, що дозволяє уникнути багатьох проблем, пов'язаних із забезпеченням нормальних умов праці, гуманізацією і безпекою праці, збереженням здоров'я та високої працездатності за умови максимальної трудової віддачі;

4. Збільшення фінансування. Питання запровадження досягнень ергономіки на виробництві є як загальнодержавним, так і нагальним для кожного підприємства. Тому виділення коштів необхідне на всіх можливих рівнях. Доцільно буде розглядати чотири рівні фінансування: на рівні бюджету країни, округу, міста та на рівні фінансових планів підприємств;
5. Організація програм вивчення працівниками підприємств ергономічних засад ефективної праці.

Зрозуміло, що просто створення відповідних умов висококласними фахівцями – лише один бік питання. Важливим є психологічне усвідомлення працівником важливості досягнень ергономіки та користування ними. Іншим шляхом може бути створення таких умов, які б унеможливили деструктивні дії працівника у виробничому процесі. Проте, на наш погляд, ефективнішим є донесення до розуміння кожного засад ергономіки на виробництві.

Таблиця 2. Основні класифікаційні ознаки та види ергономіки

Ознака класифікації	Види
За пріоритетами дослідження	Ергономіка робочого місця;
	Психофізіологічне забезпечення діяльності;
	Інтерфейс «користувач-комп'ютер»;
	Офтальмоергономіка (галузь ергономіки, яка займається комплексним вивченням зорової системи людини в умовах трудової діяльності);
	Екоергономіка (всебічне врахування факторів навколишнього середовища, що діють на людину як у процесі виробничої діяльності, так і в не виробничій сфері);
	Ергодизайн (комплексні ергономічні дослідження «людського чинника» у зв'язку з дизайнерськими розробками);
	Ергономіка робочого місця.
За напрямом досліджень	Фізична ергономіка розглядає антропометричні, анатомічні, фізіологічні, біомеханічні характеристики та їх вплив на фізичну діяльність людини. Дослідження зосереджені на роботі, яка викликає розлади опорно-рухової системи; організації робочого місця, безпеки та здоров'я людини;
	Когнітивна ергономіка вивчає розумові процеси – сприйняття, пам'ять, мислення, моторні реакції, оскільки вони найбільше впливають на взаємодію людини з іншими елементами системи діяльності. При цьому наголошується на безперервному навчанні людини у зв'язку з постійним удосконаленням соціотехнічних систем;
	Організаційна ергономіка спрямована на оптимізацію соціотехнічних систем, зокрема їх організаційної структури, особливостей внутрішньої та зовнішньої діяльності.
За охопленням виробничих процесів	Мікроергономіка вивчає та проектує системи «людина-машина», наприклад інтерфейси програмних продуктів;
	Мідіергономіка зосереджена на вивченні і проектуванні систем «людина – колектив», «колектив – організація», «колектив – машина», «людина – соціальне середовище», дослідженні виробничих взаємодій на робочих місцях і виробничих завдань. Вона також покликана розробляти структуру організації та приміщень, укладати розклади робіт; правила гігієни та безпеки праці;
	Макроергономіка досліджує та проектує цілісні робочі системи загалом, зважаючи на всі зовнішні та внутрішні чинники: технічні, соціальні, організаційні. Метою макроергономіки є гармонійна, узгоджена, надійна робота всієї системи і всіх її компонентів.

Таким чином, наука ергономіка у практичному застосуванні здатна знизити частоту та важкість виробничого травматизму, адже вона покликана вирішувати саме ті проблеми, що стають основними причинами травм на виробництві. Проте лише запровадження світових стандартів, ретельний підхід до

відбору та підготовки фахівців з ергономіки, створення умов для їх діяльності та належне фінансування запровадження на практиці їх досягнень, дозволить українським підприємствам підвищити ефективність роботи працівника у максимально безпечних умовах праці як на європейському, так і на світовому рівні.

Список літератури

1. Травматизм на виробництві за 2011 рік [Електронний ресурс]: статистичний бюлетень / Державний Комітет статистики України; ред. Буток Н. М. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/katalog/kat_u/2012/05_2012/bl_trav_2011.zip.
2. Купчик, Р. М. До питання розвитку ергономіки в Україні / Р. М. Купчик [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/lglpdp/2004_29/147_Kupczyk_LG_29.pdf.
3. Карпузова, Н. Д. Основи педагогічної ергономіки [Електронний ресурс] / Н. Д. Карпузова. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/1584072036561/pedagogika/osnovi_pedagogichnoyi_ergonomiki_-_karapuzova_nd.

-
4. *История развития эргономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.life-ergo.ru/ergoarticles/sciense/history-ergodevelopment>.*
 5. *Євстєєнєєв, П. П. Эргономика и здоровье [Электронный ресурс] / П. П. Євстєєнєєв. – Режим доступа: <http://sportsr.ru/library.php?b=35>.*
 6. *Желібо, Є. П. Безпека життєдіяльності [Электронный ресурс] / Є. П. Желібо. – Режим доступа: http://mnogoraznogo.com/books_miscellaneous/1118/35513.html.*
 7. *Ланін, В. М. Ергономічні вимоги до організації робочих місць [Электронный ресурс] / В. М. Ланін. – Режим доступа: http://pidruchniki.ws/14821111/bzhd/ergonomichni_vimogi_organizatsiyi_robochih_mists.*
 8. *Эргономика рабочего места – высокая производительность без вреда для здоровья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ergotronica.ru/msk/category/ergonomic>.*
 9. *Мунипов В. М., Зинченко В. П. Эргономика: человекоориентированное проектирование техники, программных средств и среды: учебник / В. М. Мунипов, В. П. Зинченко. – М. : Логос, 2001. – 356 с.*
 10. *Эргономика рабочего пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.career.ua/articles/nid_4825.*

РЕЗЮМЕ

Турченко Татьяна, Гуревич Александр

Совершенствование эргономических требований как одно из направлений уменьшения производственного травматизма

Рассмотрены современные проблемы травматизма на производстве, определены основные причины и предложены пути для его уменьшения. Исследована современная структура эргономики.

RESUME

Turchenyuk Tetyana, Gurevych Oleksandr

The improvement of ergonomic requirements as one of the ways of reducing of industrial injuries

The modern problem of injuries in the workplace and its main causes are depicted in the article. Authors have investigated the structure of modern ergonomics. The suggestions to reduce injuries are made.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2013 р.

Ірина ТУЧКОВСЬКА

кандидат економічних наук,
доцент кафедри ІС у менеджменті,
Львівська комерційна академія

Ірина АРТИЩУК

асистент кафедри ІС у менеджменті,
Львівська комерційна академія**АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Охарактеризовано процес формування стратегій управління інноваційним розвитком торговельних підприємств з метою покращення їхньої діяльності в інноваційному секторі. Запропоновано концептуальну схему інноваційного розвитку останніх.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, стратегії, модель, управління.

Сучасні тенденції розвитку світової економіки свідчать про виникнення нового виду економічних відносин, базою для яких стало інноваційне співробітництво. Оскільки інтенсифікація та автоматизація діяльності, доступ до великих обсягів інформації, сучасні технології продажів вже не дають необхідного економічного ефекту, виникає потреба пошуку нових джерел розвитку світової економіки, серед яких основним, на думку більшості вчених, повинні стати інновації. Інноваційний розвиток торговельного підприємства (далі ТП) повинен підпорядковуватися загальнодержавному розвитку та базуватися на чітко визначених програмах та рекомендаціях. Отже, дослідження інноваційного розвитку та формування стратегій для його забезпечення допоможуть ТП підвищити свою конкурентоздатність. Проблема інноваційного розвитку завжди знаходилась у центрі уваги провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема, таких, як: Л. Водачек [1], П. Н. Завлін [2; 3], М. І. Лапін [4], О. О. Лапко [5], Ю. П. Морозов [6], Л. І. Нейкова [7], А. І. Пригожин [8], Р. А. Фатхутдінов [9], М. Хучек [10], Д. М. Черванов [11], Й. Шумпетер [12] та ін.

Метою статті є розроблення практичних рекомендацій щодо формування стратегій інноваційного розвитку ТП.

Для ефективного дослідження останнього нами запропоновано концептуальну схему взаємозв'язку методичних підходів до їхнього розвитку.

Характеризуючи концептуальну схему інноваційного розвитку ТП (рис. 1.), можемо сказати, що основною метою першого блоку є діагностика інноваційного розвитку діяльності ТП. Тут здійснюється формування простору показників інноваційного розвитку. Проведений у дослідженні аналіз діяльності ТП дозволив виявити п'ять основних його складових: загальна, технологічна, трудова, маркетингова, товарна.

У результаті реалізації першого блоку методики можна зробити висновки щодо низького значення показників інноваційного розвитку, який забезпечується винятково власними засобами. За допомогою методу рівня розвитку здійснювалося об'єднання часткових показників в один інтегральний показник інноваційного розвитку (1):

$$I_{pot} = 0,214I_{ob} + 0,234I_{pt} + 0,393I_{tr} + 0,099I_{mar} + 0,059I_{prod} \quad (1)$$

Розрахунок інтегрального показника розвитку за досліджувані роки показав, що він має тенденцію до зменшення, а це є негативним з точки зору інноваційного розвитку.

Другий етап методики присвячений побудові загального показника розвитку по кожній складовій та загалом по всій діяльності. Інструментарієм такої побудови є метод рівня розвитку. Метою цього блоку є побудова інноваційного потенціалу і оцінка його використання. Для реалізації цієї мети запропоновано методику дослідження інноваційного потенціалу ТП. На першому етапі здійснюється побудова показника інноваційного потенціалу та аналіз диспропорцій у його розвитку. На другому за допомогою кластерного аналізу формуються однорідні групи підприємств, що дозволяє більш якісно здійснити оцінку використання інноваційного потенціалу.

На підставі розрахунків показника інноваційного розвитку потенціал буде рівним (2):

$$I_{pot}^m = 0,214I_{ob}^m + 0,234I_{pt}^m + 0,393I_{tr}^m + 0,099I_{mar}^m + 0,059I_{prod}^m \quad (2)$$

Результати розрахунку інноваційного потенціалу для кожної сфери наведені в табл. 1.

Дослідження інноваційного потенціалу дозволило зробити висновок, що найефективніше використовують потенціал підприємства ПП «Ярослава плюс» і ПП «Олексюк» (2012 року рівень використання інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств склав 81,1% і 81,9% відповідно). Оцінка диспропорцій за допомогою багатокутника потенціалу показала, що існують диспропорції як у загальній сукупності підприємств, так і в інноваційному розвитку підприємств у часовому аспекті.

Метою третього блоку є прогнозування різних складових інноваційного розвитку ТП для подальшої якісної розробки стратегії інноваційного розвитку.

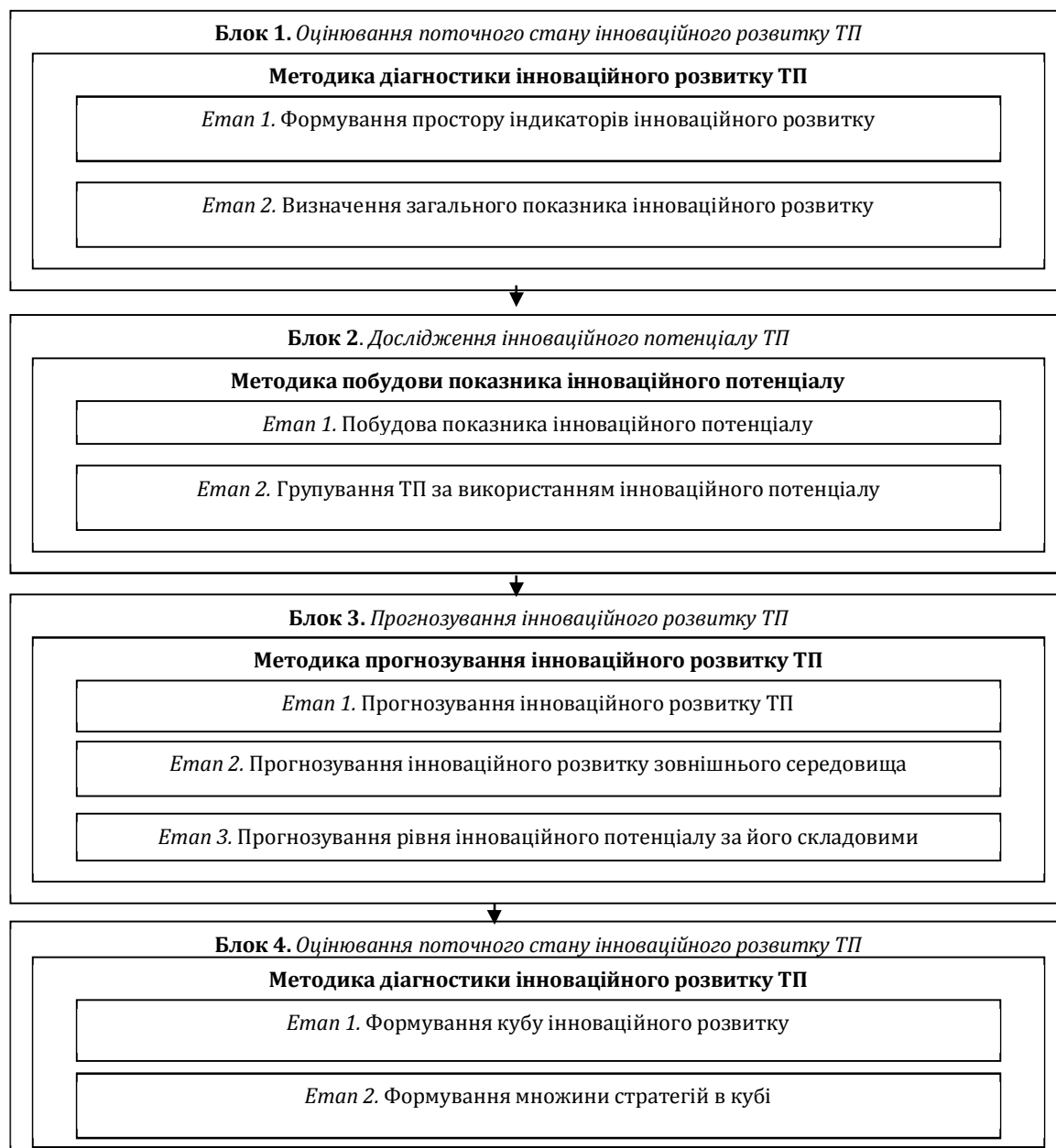


Рис. 1. Концептуальна схема інноваційного розвитку ТП

Таблиця 1. Інноваційний потенціал для кожної складової діяльності ТП

Роки	Складові					Потенціал
	Економічна	Технологічна	Трудова	Маркетингова	Товарна	
2010	1	0,374	0,72	1	0,514	0,714
2011	0,876	0,44	0,653	0,913	0,447	0,664
2012	1	0,408	0,79	0,7326	0,461	0,72

Як зазначалося раніше, інструментарієм цього блоку є методика прогнозування інноваційного розвитку ТП, при реалізації якої здійснювався аналіз можливих методів прогнозування. Він показав, що найдоцільнішим є використання методів Лагранжа та двох середніх.

Загальний вигляд моделі $Y = a + b * t$. Фрагмент таблиці з параметрами моделі для ПП « Орхідея » та прогноз по цій моделі наведений у табл. 2.

Таблиця 2. Розрахунок параметрів моделі

Параметри	Економічна	Технологічна	Трудова	Маркетингова	Товарна
b	-0,0004	-0,0097	0,0005	-0,0240	0,0307
a	0,35	0,23	0,25	0,48	0,21
Прогноз	0,35	0,18	0,25	0,35	0,37

Зауважимо, що усі зазначені вище ТП функціонують в умовах дії зовнішнього середовища. Тому в цій методиці здійснено прогнозування зовнішнього середовища. У якості останнього для інноваційного розвитку ТП обрано інноваційний розвиток всієї торговельної діяльності Львівської області. До показників інноваційного розвитку зовнішнього середовища було обрано наступні: кількість інноваційно активних Тп, частка інноваційно активних ТП, обсяг витрат на інноваційну діяльність, обсяг реалізованої інноваційної продукції, частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі товарів та послуг.

Дослідження цих показників дозволило побудувати наступну модель для прогнозування зовнішнього середовища: $Y = 0,61 - 0,075t$.

Модель має негативний показник при параметрі, що свідчить про негативні тенденції в інноваційному розвитку економіки Львівської області.

Характеризуючи четвертий блок, можемо виділити процес формування стратегій інноваційного розвитку залежно від поточного стану інноваційного розвитку ТП і його потенціалу.

Перший етап спрямований на побудову трикомпонентного показника інноваційного розвитку ТП, що складається з таких показників, як рівень інноваційного розвитку ТП, рівень інноваційного розвитку зовнішнього середовища; рівень використання інноваційного потенціалу ТП. Графічна інтерпретація цього показника репрезентується у вигляді куба інноваційного розвитку ТП з відповідними

осями. Другий етап присвячений розробці стратегій залежно від елементів куба.

Практична реалізація цього блоку здійснюється за допомогою методики формування стратегій інноваційного розвитку. Першим етапом реалізації цієї методики є формування кубу стратегій інноваційного розвитку, для якого використовуються три показники: рівень інноваційного розвитку підприємства, рівень інноваційного розвитку зовнішнього середовища, рівень використання інноваційного потенціалу підприємства, який характеризується кластером інноваційного розвитку. У результаті прогнозування станів економічного розвитку підприємств була отримана наступна матриця (рис. 2). Аналітично цей куб може бути поданий за допомогою наступної множини: $P_i = \{I_i, I, C_i\}$, де, I_i - прогноз інноваційного розвитку підприємства: $I_i = 1$, якщо прогнозується зростання; $I_i = 0$, якщо прогнозується стабільність; $I_i = -1$, якщо прогнозується падіння; I - прогноз інноваційного розвитку зовнішнього середовища: $I_i = 1$, якщо прогнозується зростання; $I_i = 0$, якщо прогнозується стабільність; $I_i = -1$, якщо прогнозується падіння; C_i - прогноз кластера рівня використання інноваційного потенціалу: $C_i = -1$, якщо низький рівень; $C_i = 0$, якщо середній рівень і $C_i = 1$, якщо високий рівень.

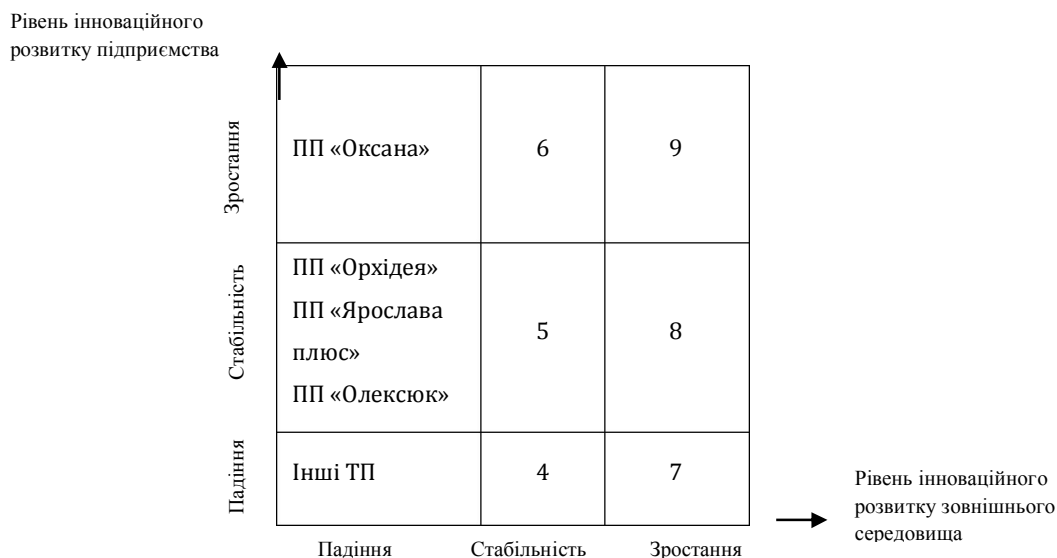


Рис. 2. Використання куба для прогнозування станів інноваційного розвитку ТП

У результаті аналізу можливих станів інноваційного розвитку в дослідженні було розроблено три основні

стратегії інноваційного розвитку:

Стратегія 1 – нівеляції (поліпшення розвитку складової інноваційного розвитку, яка має негативні темпи приросту або найменші темпи зростання).

Стратегія 2 – зниження диспропорцій (зменшення диспропорцій між найгіршим значенням складової інноваційного розвитку і найкращим значенням шляхом поліпшення діяльності найгіршої складової.)

Стратегія 3 – акцентування на зростанні найбільш

значущої складової (спрямована на поліпшення найбільш значущої складової інноваційного розвитку – трудової).

Аналіз цих стратегій та можливих варіантів інноваційного розвитку дозволив побудувати матрицю співвідношення між стратегіями та станами інноваційного розвитку (рис. 3).

Залежно від кластерів інноваційного розвитку було розроблено низку підстратегій розвитку (табл. 3).

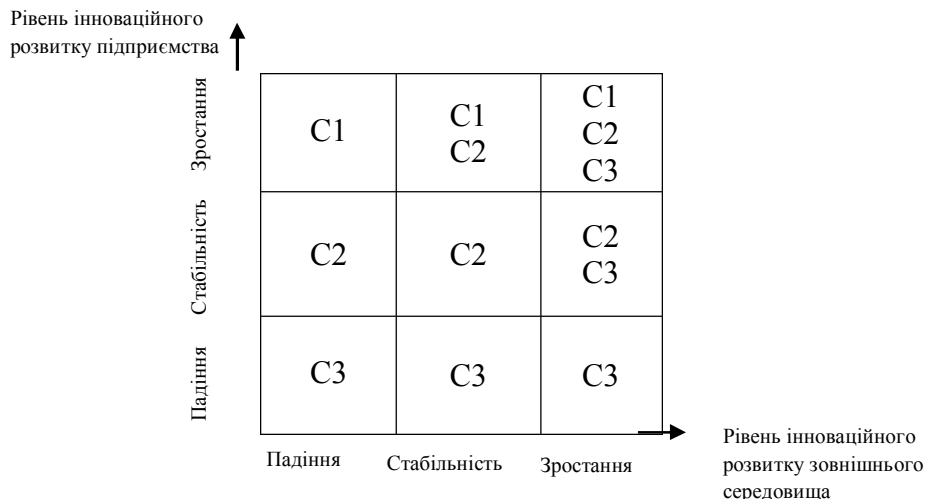


Рис. 3. Використання стратегій інноваційного розвитку ТП

Аналіз цього куба свідчить про необхідність реалізації наступних стратегій: для ПП «Орхідея» – стратегія 3, для ПП «Олексюк» – стратегія 2, для ПП «Оксана» – стратегія 1.

Таким чином, реалізація цих стратегій дозволить

покращити інноваційний розвиток та інноваційний потенціал досліджуваних підприємств, що позитивно буде відображено на інноваційному розвитку Львівської області.

Таблиця 3. Підстратегії інноваційного розвитку

Інноваційний розвиток по квадрату	Кластер	Стратегія
1, 4, 7	1	Цей кластер є найбільш розвиненим, тому потребує покращення не однієї, а декількох найбільш важливих складових
	2	У цьому найгіршому кластері стратегія 3 реалізовується у чистому вигляді
	3	Для цього кластера характерне домінування трудових показників, тому доцільним є покращення технологічної складової
2, 5, 8	1	Потрібно покращувати одразу ж декілька найслабших складових
	2	Необхідно сконцентруватися на покращенні однієї найслабшої складової
	3	Необхідно сконцентруватися на покращенні однієї найслабшої складової
3, 6, 9	1	Потрібно покращувати усі складові з негативним приростом
	2	Необхідно зосередитися на покращенні найбільш важливої складової з негативним приростом
	3	Необхідно зосередитися на покращенні найбільш важливої складової з негативним приростом

На основі обґрунтованого інтегрального показника рівня інноваційного потенціалу розроблено

концептуальну схему інноваційного розвитку ТП, яка складається з чотирьох блоків: блоку оцінки поточного стану інноваційного розвитку, блоку дослідження інноваційного потенціалу ТП, блоку прогнозування та

блоку формування стратегій інноваційного розвитку. А визначені нами стратегії (підстратегії) інноваційного розвитку дозволять ТП найефективнішим шляхом досягти кращого інноваційного розвитку.

Список літератури

1. Водачек, Л. Стратегия управления инновациями на предприятии [Текст] / Л. Водачек, О. Водачкова; сокр. пер. со словац. / Авт. предисл. В. С. Рапопорт. – М. : Экономика, 1989. – 167 с.
2. Завлин, П. Н. Инновационная деятельность в условиях рынка [Текст] / П. Н. Завлин, А. А. Ипатов, А. С. Кулагин – СПб.: наука, 1994. – 337 с.
3. Завлин, П. Н. Инновационный менеджмент [Текст] : справочное пособие / Под ред. П. Н. Завлина А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели – СПб.: наука, 1997. – 560 с.
4. Лапин, Н. И. Актуальные проблемы исследования нововведений [Текст] / Н. И. Лапин Социальные факторы нововведений в организационных системах. – М. : 1985. – С. 150.
5. Лапко, О. Інноваційна діяльність в системі державного регулювання [Текст] / О. Лапко. – К.: ІЕП НАНУ, 1999. – 254 с.
6. Морозов, Ю. П. Инновационный менеджмент [Текст] : учебное пособие / Ю. П. Морозов. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 1997.
7. Нейкова, Л. И. Финансовые рычаги и стимулы технического развития промышленного комплекса Украины [Текст] / Л. И. Нейкова. – Одесса: ОЦНТ и ЭИ, 1995. – 235 с.
8. Пригожин, А. И. Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики) [Текст] / А. И. Пригожин. – М. : Политиздат, 1989.
9. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент [Текст] : учебник для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1998. – 600 с.
10. Хучек, М. Інновації на підприємствах і впровадження [Текст] / М. Хучек. – М. : Луч, 1992.
11. Черваньов, Д. М. Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України [Текст] / Д. М. Черваньов, Л. І. Нейкова– К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 514 с.
12. Шумпетер, Й. Теория экономического развития [Текст] / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982.

РЕЗЮМЕ

Тучковська Ірина, Артищук Ірина

Анализ тенденций инновационного развития торговых предприятий

Охарактеризован процесс формирования стратегий управления инновационным развитием ТП с целью улучшения их деятельности в инновационном секторе. Предложена концептуальная схема инновационного развития последних.

RESUME

Tuchkovska Iryna, Artyschuk Iryna

Analysis of trends in the development of commercial enterprises

The analyses of the formation of strategies for managing of innovative development of TAs in order to improve their performance in the innovation sector is carried out. A conceptual scheme of innovative development of commercial enterprises is proposed.

Стаття надійшла до редакції 11.02.2013 р.

УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЄЮ НА ЗАСАДАХ ЯКОСТІ ЖИТТЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано досвід підприємств зарубіжних країн та діяльність вітчизняних організацій. Запропоновано практичні рекомендації щодо впровадження системи мотивації персоналу підприємства на засадах якості як засіб підвищення продуктивності та конкурентоспроможності підприємства, розроблено наукові та методичні засади забезпечення балансу між економічною та соціальною ефективністю використання трудових ресурсів в організації щодо формування механізмів мотивації.

Ключові слова: мотивація, конкурентоспроможність підприємства, мотивація персоналу, якість життя, конкурентна боротьба, трудові ресурси, механізм мотивації.

Процес мотивації є важливим елементом ефективності управління, що формує важелі спонукання працівників на досягнення цілей та виконання поставлених завдань щодо впровадження інновації і сприяє підвищенню здатності до виживання в умовах конкурентної боротьби.

В умовах глобалізації та інтеграції у європейський економічний простір економічна категорія «конкурентоспроможність» стає універсальним чинником розвитку підприємств. При цьому вирішальну роль відіграє якість продукції та її ціна. Останніми роками в Україні підприємства сертифікують свої системи управління на відповідність вимогам стандарту якості ISO9001:2000. Але, поки що, їхня продукція не спроможна витіснити імпорту з вітчизняного ринку і дуже важко просувається на зовнішні ринки. Причина такого стану в недостатньому рівні мотиваційних механізмів зацікавлення працівників у підвищенні продуктивності праці, зниженні собівартості, збільшенні прибутку, в основі яких були би принципи економії ресурсів та мінімальні часові затримки щодо виконання робіт.

Отже, без знання мотивів трудової поведінки людей, особливостей мотиваційних процесів не можна успішно управляти діяльністю організацій і окремих працівників для досягнення світового рівня конкурентоспроможності.

Посилення глобалізаційних процесів вимагає нового погляду на конкуренцію. Поняття конкуренції визначається більшістю науковців як суперництво, боротьба у отриманні найвигідніших умов господарювання. Проте автор погоджується у підході до визначення поняття конкуренції та підтримує думку Р. А. Фатхутдінова про те, що це не боротьба, а процес управління своїми конкурентними перевагами [1, с.19].

Для вирішення проблеми конкурентоспроможності підприємств України необхідно підвищувати рівень продуктивності праці і, таким чином, зменшувати ціну продукції. Вплинути на продуктивність праці можна шляхом застосування нових технологій, проте вагома роль належить персоналу.

Низька продуктивність праці, невисока ефективність виробничо-господарської діяльності, неконкурентоспроможність продукції більшості чинних вітчизняних підприємств значною мірою зумовлені

недосконалими механізмами мотивації працівників.

Вивчення фактичних матеріалів показує, що у більшості випадків невисока продуктивність праці на підприємствах викликана насамперед відсталим механізмом мотивації праці, а вже потім недосконалою технікою і технологією. Дані свідчать про те, що на кожному робочому місці можна зустрітись з неефективним використанням, нехтуванням робочого часу. Це викликано незацікавленістю працівників у результатах своєї праці, відсутністю чіткого взаємозв'язку, особливо останнім часом, між результатами діяльності і розміром винагороди.

Отже за ринкових відносин актуальним є наукове обґрунтування відповідних мотиваційних механізмів щодо зацікавлення працівників в успішному функціонуванні підприємства, розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності.

Розв'язання цього наукового завдання вимагає встановлення і дослідження факторів, які визначають мотивацію. Під даними факторами маються на увазі рушійні сили, які забезпечують формування і використання всієї сукупності спонукальних мотивів з метою задоволення колективних і особистих економічних інтересів працівників.

Мотивація – це управлінський процес з формування певної сукупності трудових мотивів об'єкта управління, яка забезпечує ефективну та продуктивну діяльність відповідно до мети, поставленої суб'єктом управління. Звідси – дослідження різних аспектів соціальної взаємодії, мотивації, зміна змісту роботи і якості трудового та повсякденного життя.

Основи мотивація через винагородження продуктивності закладені Тейлором. Найбільшою мірою вимогам практиків відповідає теорія мотивації, розроблена в 40-ві роки Абрамом Маслоу. За цією теорією цілі індивідуума ранжуються за ступенем важливості. Потреби першого порядку – це базисні потреби, які пов'язані із забезпеченням виживання (їжа, одяг, житло). Після того, як ці потреби успішно задоволені, домінуюче значення одержують потреби бути впевненим у тому, що базисні потреби будуть і надалі задовольнятися.

Мейо (40-50 р. XX ст.) помітив, що продуктивність все менше залежить від матеріальних умов і стає більш чутливою до "людських факторів", тобто до оточення,

психологічного клімату на робочому місці (стосунки з керівниками, колегами, підлеглими, клієнтами). Поряд із теорією мотивації й ієрархії потреб Абрахама Маслоу в літературі виокремлюють ще низку теорій, розгляд котрих також має визначений інтерес.

Тому мотив - це вже не сама потреба, а її відображення, вияв. Це трансформована і конкретизована потреба. Теорію, безпосередньо пов'язану з потребами, називають змістовною теорією мотивації, яку поділяють на дві групи потреб:

- первинних - пов'язаних із фізіологічними чинниками;
- вторинних - які є за своєю природою психологічними.

Модель мотивації, заснованої на потребах, розробив Ф.Херцберг, за якою мотиви до праці поділяють на гігієнічні чинники, пов'язані з навколишнім середовищем, у якому здійснюється робота, і безпосередньо чинники мотивації, пов'язані з характером і сутністю роботи. Гігієнічні чинники не є мотивами, але при їх незабезпеченні виникає незадоволеність роботою.

При визначенні засобів стимулювання бажано враховувати положення теорії Фредерика Херцберга, яке доводить, що у виробничому процесі діють не тільки стимулятори, але й антистимулятори, що пов'язані практично з усім спектром виробничих чинників, тобто зі стратегією компанії, і з чинними засобами контролю і із системою зарплати. Ф. Херцберг вважав, що підвищення продуктивності праці не можна завжди ставити в пряму залежність від рівня оплати.

Теоретик Девід Макклелланд вважав, що гігієнічні чинники взагалі не варто враховувати, оскільки питання задоволення фізіологічних потреб уже вирішено, тому більшу увагу варто звернути лише на три людських потреби: влади, успіху, причетності.

Інший підхід до цієї проблеми пропонує процесуальна теорія мотивації. Віктором Врумом була розроблена теорія, за якою мотивація залежить від 3 чинників:

- чекання можливого результату,
- очікуваної винагороди від цього результату,
- очікуваної цінності винагороди.

Пояснення мотивації дає теорія справедливості, яка підтверджує, що люди суб'єктивно оцінюють справедливість винагороди за зусилля, затрачені ними і зіставляють його з винагородами інших людей. Якщо не задоволену в одержуваній винагороді людину своєчасно не мотивувати, вона значно знизить продуктивність і якість праці. Лаймон Портер і Едвард Лоллер розробили модель мотивації, що зблизила теорію чекання і теорію справедливості. Відповідно до цієї моделі рівень докладених зусиль визначається цінністю винагороди і ступенем впевненості в тому, що цей рівень зусиль дійсно спричинить за собою визначений рівень винагороди.

Так Я. Монден підкреслює важливість преміювання, доплат, інших складових заробітної плати.

Сучасні теорії управління персоналом вітчизняних вчених, зокрема Дмитренка Г. А., Єськова О. Л., Кулікова Г. Т., Семікіної М. В., Хаєта Г. Л. розглядають цілий перелік спеціальних напрямів, від яких залежить результативність діяльності персоналу та привабливість для своїх потенційних співробітників. Це, наприклад, добір і адаптація персоналу, кар'єра і мотивація як процес спонукування до діяльності для досягнення особистих цілей персоналу і цілей

організації. У публікаціях О. Г. Білоуса, В. Я. Горфінкеля, В. П. Кочікяна, О. Є. Кузьміна, С. Г. Панченка та в багатьох інших на проблему мотивації звертається значна увага, зокрема розглядаються різноманітні аспекти матеріального стимулювання (організації оплати праці), тобто в механізмах мотивування на засадах використання заробітної плати та прибутку.

За характером дії на працівників О. Є. Кузьмін виділяє 3 групи факторів: соціально-психологічні, економічні і організаційні. При низькому рівні доходів домінуючим завжди було матеріальне стимулювання.

На засадах вивчення і аналізу наукових робіт провідних вітчизняних і зарубіжних економістів встановлено, що: по-перше, мотивація працівників найбільше залежить від соціально-економічних умов, у яких діє підприємство. По-друге, механізми мотивації завжди виступають елементом чинної системи менеджменту, нічого не змінюють у структурі, у якій вони застосовуються, а з плином часу вичерпуються під дією «закостенілості» цієї структури. Таким чином, упровадження будь-якого мотиваційного механізму вимагає одночасних необхідних змін у системі менеджменту підприємства. Поведінка людини визначається, спрямовується і реалізується, як правило, різноманітними мотивами. Проте як побудувати гнучку у виконанні та ефективну систему мотивації на підприємстві, і, головне, яким чином здійснювати мотиваційний вплив, щоб забезпечити продуктивність та якість, досі не розкрито.

З огляду фахових джерел також впливає, що наявні різноманітні теорії мотивації загалом не суперечать одна одній, а взаємодоповнюють одна одну, відображаючи багатогранність і нестандартність самого процесу мотивації потреб і визначають необхідність комплексного підходу до вирішення цієї проблеми. Нові методики мотиваційного впливу повинні передбачати взаємозв'язок між рівнем заробітної плати, доходами, продуктивністю та ефективністю праці, а також бути пов'язаними з системою менеджменту і способами фінансування діяльності.

У сучасної людини набагато різноманітніші як потреби, так і засоби їх задоволення. Реалізація якої-небудь потреби пов'язується не з одним мотивом, а з їх сукупністю. При цьому процес управління ускладнюється тому, що при збільшенні факторів зростає невизначеність щодо прийняття рішень з цих питань

Потрібен метод формування комплексу матеріальних стимулів на засадах структурно - соціальної моделі індивідуального заохочення, які повинні впливати на ефективність функціонування підприємств і зростання продуктивності праці та якості персоналу, та стимулювати пріоритетні напрямки розвитку підприємств, спрямовані на підвищення конкуренції, трудову віддачу менеджерів і працівників.

Для досягнення поставленої мети нам необхідно розв'язати такі завдання:

- визначити узагальнені фактори, що впливають на мотивацію, і розробити метод їх кількісної оцінки;
- удосконалити механізм індивідуалізації винагород;
- розробити напрями, принципи і механізми мотивації працівників на засадах якості життя.

Для ефективної мотивації важливий індивідуальний підхід до кожного працівника. Проте для управління персоналом повинні бути враховані як економічні аспекти стратегії управління продуктивністю, так і потреби в інтересах працівників (гідна заробітна оплата

праці, задовільні умови, можливість розвитку та реалізації здібностей працівників та ін.) [7] Тому загалом має бути впроваджена певна система управління процесом мотивації. Дуже близько до цього питання підійшла Міжнародна організація із стандартизації (ISO), яка в основу багатьох стандартів з управління поклала системно-цільовий підхід. На основі цього можна сформулювати основний принцип політики мотивації. Він полягає в тому, щоб досягнути гармонізації як індивідуальних соціальних, так і організаційних економічних цілей.

Економічні цілі припускають максимізацію прибутку і мінімізацію витрат. У системах з ринковою економікою вони слугують фінансовим інтересам власників підприємств та майже нічим не відрізняються від інтересів індивідуальних цілей "уповноважених" (менеджерів), яким доручили керувати підприємством.

Соціальні цілі формуються індивідуально на основі принципів покращення матеріальних та нематеріальних умов праці на підприємстві та очікування, потреби, інтересів і вимог співробітників відносно підприємства, реалізації яких вони надають великого значення. При цьому соціальні цілі переслідуються на всіх ступенях ієрархічної структури підприємства, хоча і з різним ступенем впливу на загальне покращення умов праці більшості співробітників. З погляду інтересів усього суспільства успішне досягнення економічних цілей окремого підприємства може відповідати соціальним цілям. Тому необхідно пропорційно вдосконалювати всі підсистеми та елементи системи управління персоналом в усіх частинах та на всіх ступенях системи, що є необхідною умовою ефективної діяльності організації.

Ключове значення для прийняття менеджером рішення на користь того чи іншого мотиву, як вказує Гарі Десслер, має зіставлення надбавок і затрат, які впливають на ефективність мотивації [9, с. 135]. Стійкі мотиви особистості та її активність завжди пов'язані з цілями, які вона ставить і реалізує у своєму житті для покращання його якості, тому що поведінка людини регулюється за допомогою впливу на умови життєдіяльності, зовнішні обставини, які породжують певні інтереси і потреби.

Одним із індикаторів та ендогенних факторів стійкого розвитку середовища є якість життя населення [2; 9], тому питання, пов'язані з управлінням соціально-економічним розвитком за умов конкуренції, доцільно розглядати в одній площині. Для обґрунтування ефективних форм управління мотиваційним впливом на продуктивність обираємо соціальні стандарти як граничний орієнтир соціально-економічного розвитку, в основі якого лежать виважені на нормативах можливостей середовища показники якості життя. Такий підхід обумовлено тим, що конкуренція стимулює соціальну активність суб'єктів економіки, підвищує соціально-трудова активність громадян і спрямована на забезпечення стійкого соціально-економічного розвитку. Таким чином у результаті конкуренції розвивається підприємство і, відповідно, змінюється рівень якості життя.

Реалізуючи вимоги стандарту ISO 9001, можна забезпечити якість організації робіт та стратегічного й оперативного планування та якість виробничого процесу. Проте професійно розроблена система управління якістю не працюватиме, якщо персонал не буде мотивований. Залежність і взаємозумовленість ефективності процесу підвищення якості життя, з одного боку, та виваженого управління конкурентними

перевагами згідно з вимогами стандарту ISO 9001 - з іншого, породжують необхідність постійного вдосконалення теорії мотивації та її узгодженість з системою управління якістю.

Однак Стандарт ISO 9001 не містить вимог, як мотивувати працівників для досягнення цілей підприємства щодо якості. Проте побудова система якості згідно з вимогами стандарту ISO 9001 може бути основою для системного удосконалення мотивації працівників. Для результативності впровадження системи якості підприємства пропонуємо удосконалення мотивації шляхом індивідуалізація винагород на засадах якості життя.

Запропонована система мотивації працівників базується на системно-цільовому підході згідно зі стандартом ISO9001:2000. Щоб відслідковувати стан мотивації працівників, пропонуємо використати інтегральний показник, який характеризує готовність працівника до максимальної трудової віддачі, розвитку конкурентоспроможності, реалізації в роботі набутих знань, здібностей, умінь, навичок і відображає ступінь задоволеності мотиваційних потреб працівника – якість життя.

Побудова і забезпечення функціонування системи управління мотивації на засадах якістю життя повинна відповідним наступним положенням:

- створення вищезазначеними суб'єктами (управлінськими структурами) системи формування, забезпечення і підтримки якості життя персоналу;
- забезпечення ефективного управлінського впливу (щодо управління зайнятістю, охороною здоров'я, культурою, пенсійним забезпеченням тощо) на сукупність факторів якості життя (стан житлово-комунальної сфери, дошкільної освіти, рівень матеріального благополуччя, медичного обслуговування тощо);
- створення інформаційної бази з даними про стан, динаміку, основні стимулюючі та дестимулюючі чинники впливу на якість життя населення, що потребує організації та забезпечення регулярного моніторингу регіональних параметрів досліджуваного явища;
- прийняття суб'єктами управлінського впливу виважених рішень середньострокового й довгострокового характеру, спрямованих на забезпечення і підтримку ефективного функціонування системи управління якістю життя населення, що здійснюються в умовах і на основі належної інформаційної та методичної забезпеченості.

Для того, щоб управляти процесом мотивації щодо підвищення рівня і якості життя населення, необхідно оцінювати їх компоненти, а це вимагає конкретизації переліку елементів, що входять до складу тієї або іншої системи.

Категорія "якість життя" акумулює широкий спектр соціально-економічних відносин, котрі виявляються через багаторівневу систему індикаторів стану та умов життєдіяльності особи, домогосподарства, соціальних груп, населення країни щодо їх відповідності певним стандартам чи нормативам. Такий підхід до мотивації на основі стандартизованих вимог до якості життя добре узгоджується із стандартами якості управління.

Що вища якість життя, то більша задоволеність мотиваційних потреб працівників. Що більша задоволеність мотиваційних потреб працюючих, то ефективніша для підприємства виконана робота таких

працівників. Щоб визначити мотиваційний вплив якості життя на працівника, необхідно розрахувати індекс мотивації. Звичайно, в питаннях мотивації повинен бути індивідуальний підхід до кожного працівника.

Індекс мотивації (Ім) можна визначити наступним чином: додати всі значення мотиваційних показників працівників у грошовому вимірі і поділити цю суму на прожитковий мінімум у грошовому вимірі.

Оцінку мотиваційного впливу здійснюють через ступінь задоволеності мотиваційних потреб за формулою:

$$I_m \equiv M_z / C_d > M_v / M_{pr} > M_s / M_{pr} \quad (1)$$

де M_z – матеріальна мотивація в розвинених країнах Європи;

M_v – матеріальна мотивація в Україні;

M_s – середнє значення матеріальної мотивації в галузі;

C_d – середній дохід у відповідних країнах Європи;

M_{pr} – прожитковий мінімум в Україні.

Функціональний підхід до визначення коефіцієнта мотивації K_m спирається на аналіз економічних показників діяльності фірми. Згідно з цим підходом останній є функцією всіх внутрішніх ресурсів підприємства:

$$K_m = f(\Phi / M_p + I_n + T_r + M + U) \quad (2)$$

Φ – фінанси;

P – персонал;

N – науково-дослідницька база;

T – техніко-технологічна база;

M – маркетинг;

U – загальний менеджмент.

Оцінка K_m фірми за якістю продукції, що

здійснюється методом порівняння в межах того кола характеристик, відбувається у тісному взаємозв'язку з найважливішими показниками стану фірми та галузі: стадією життєвого циклу товару, фірми чи галузі; темпами розвитку ринку; привабливістю ринку; значущістю галузі.

На засадах аналізу чинних механізмів мотивації можна зробити два висновки: по-перше, мотивація працівників найбільше залежить від соціально-економічних умов, у яких діє підприємство. По-друге, механізми мотивації завжди виступають елементом чинної системи менеджменту. Таким чином, упровадження будь-якого мотиваційного механізму вимагає одночасних необхідних змін у системі менеджменту підприємства.

Розвиваючи традиційні методи мотивації персоналу з урахуванням сучасних підходів для забезпечення підприємств кваліфікованим персоналом, необхідно будувати механізм послідовного підвищення мотиваційного потенціалу працівників на основі виявлення їх мотиваційних потреб. Необхідно визнавати, що різноманітність потреб має право на існування. Тому першим кроком в обраному напрямку повинно бути діагностування рівня задоволеності мотиваційних потреб працівників. На основі показників ступеня реалізації мотиваційних потреб здійснюють вимірювання мотиваційного потенціалу кожного окремого працівника, підрозділу чи підприємства загалом, значення якого є показником для керівництва підприємства щодо прийняття управлінських рішень.

Розглянуті мотиваційні механізми знаходять своє втілення в конкретних заходах матеріального стимулювання працівників, які оцінюють на основі індексу мотиваційного впливу з урахуванням продуктивності, якості та ефективності.

Список літератури

1. Фатхутдінов Р. А. *Управління конкурентоздатністю організації: підручник* / Р. А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська (заг. ред.) – К. : «Кондор», 2009. – 470 с., рис., табл.
2. ДСТУ ISO 9001-2001. *Системи управління якістю. Вимоги. (ISO 9001:2000)*.
3. BS OHSAS 18001:2007. *Британський стандарт. Системи управління охороною здоров'я та безпекою праці. Требования.* / Пер. с англ. ISO 14001. *International standard. Системи менеджмента окружающей среды. Требования и руководство по применению.* / Пер. с англ.
4. Свиткин М. З. *Практические аспекты создания ИСМ* / М. З. Свиткин // *Методы менеджмента качества.* – №5. – М.: РИА «Стандарты и качество» – 2007. – С.24–30.
5. ISO 19011. *International standard. Рекомендации по аудиту системы менеджмента качества и/или окружающей среды.* / Пер. с англ.
6. Петиченко А. *Измените систему мотивации* / А. Петиченко // *Стандарты и качество.* – №1. – М. – 2007. – С.56–60.
7. Дальгаард Су Ми Пак. *Значение человеческого фактора в создании устойчивого качества: Сборник статей «Качество в XXI веке. Роль качества в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития»* / Под редакцией Т. Конти. / Пер. с англ. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. – С.93–120.
8. Синявец Т. Д. *Основы управления персоналом* / Т. Д. Синявец // *Методы менеджмента качества.* – №6. – М.: РИА «Стандарты и качество» – 2007. – С.44 – 47.
9. Ричи Ш. *Управление мотивацией: учеб. пособие для вузов* / Ш. Ричи, П. Мартин ; Пер. с англ. под ред. проф. А. Е. Климова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 399 с.

РЕЗЮМЕ

Ураский Юлия

Управление мотивацией на принципах качества жизни как средство повышения производительности и конкурентоспособности предприятия

В статье проанализирован опыт предприятий зарубежных стран и деятельность отечественных организаций. Предложены практические рекомендации по внедрению системы мотивации персонала предприятия на основе качества как средство повышения производительности и конкурентоспособности предприятия, разработаны научные и методические основы обеспечения баланса между экономической и социальной эффективностью использования трудовых ресурсов в организации по формированию механизмов мотивации.

RESUME

Ursakiy Julia

Principles of motivation on quality of life as a means of increasing competitiveness and enterprise

The article analyzes the experience of foreign countries and companies the activities of domestic organizations and offered practical advice on implementation of motivation on the basis of quality as a means of increasing productivity and competitiveness the scientific and methodological basis of the balance between economic and social efficiency of utilization of labor resources in the organization on the formation mechanisms of motivation.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ЯК ПЕРЕДУМОВИ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розглянуто механізм оцінювання фінансового стану на прикладі підприємств харчової промисловості. Запропоновано методичні прийоми щодо його удосконалення з метою виявлення негативних факторів впливу на фінансову діяльність та способів ефективнішого використання і раціонального розміщення грошових ресурсів підприємств у сучасних умовах.

Ключові слова: фінансовий стан, конкурентоспроможність, підприємство, харчова промисловість, фінансові результати діяльності.

Для того, щоб бути попереду конкурентів та мати прибутковий бізнес у сучасних умовах, керівництву підприємства необхідно приймати правильні управлінські рішення та чітко орієнтуватися у складному лабіринті ринкових відносин, правильно оцінювати виробничий та економічний потенціал, стратегію подальшого розвитку, фінансовий стан як свого підприємства, так і підприємств-партнерів. Ефективність діяльності кожного з них залежить від відповідності управлінських рішень умовам дії ринкових механізмів, що постійно змінюються під впливом макроекономічних процесів. Без ефективної системи аналізу фінансового стану це практично неможливо. Фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченням фінансовими ресурсами, які необхідні для нормального функціонування, доцільністю їх розміщення та ефективністю використання, фінансовими взаємовідносинами з іншими юридичними та фізичними особами, платоспроможністю та фінансовою стійкістю.

У вітчизняній та зарубіжній економічній літературі питанням методичного забезпечення оцінки фінансового стану підприємств присвячені праці науковців, І. О. Бланка, Н. М. Деевої, О. І. Дедікова, Л. О. Коваленко, Л. Н. Павлової, А. М. Поддєрьогіна, Л. М. Ремньової, Дж. К. Ван Хорна. Оцінка їх фінансового стану є основою для виявлення можливості підвищення ефективності функціонування підприємства за допомогою дослідження якості системи аналізу та планування грошових потоків для забезпечення тактичних і стратегічних цілей промислових підприємств.

Основне завдання роботи – показати методику дослідження фінансового стану як необхідної передумови аналізу грошових потоків підприємств з тим, щоб на основі проведеного аналізу запропонувати вирішити основні проблеми, що виникають у процесі невмілої та неправильної організації руху грошових коштів, пошуку шляхів підвищення і зміцнення фінансової стабільності на харчових підприємствах. Адже від поліпшення фінансового стану підприємства залежить його економічна перспектива. В умовах ринкових відносин роль оцінки фінансового стану підприємств є винятково важливою, оскільки саме вона

є основою прийняття управлінських рішень.

Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємств. Крім того, оцінка фінансового стану є основною передумовою оцінювання системи аналізу і планування грошових потоків підприємств. З метою систематичного і усебічного оцінювання фінансового стану підприємств потрібно використовувати різні методи, прийоми та методики аналізу. Це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статичній за певний період, так і в динаміці – за низку періодів, дасть змогу визначити «більшві точки» у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання грошових ресурсів, їх раціонального розміщення.

Важливим показником, який характеризує фінансові позиції підприємства, є платоспроможність, яка розкривається через здатність підприємства вчасно розраховуватися за своїми зобов'язаннями. Спроможність підприємства швидко погасити свою заборгованість характеризується ліквідністю його балансу, яка визначає рівень покриття зобов'язань підприємства його активами, термін перетворення яких на гроші відповідає терміну погашення заборгованості [3, с. 72].

Баланс вважається абсолютною ліквідним, якщо $A1 \geq P1$; $A2 \geq P2$; $A3 \geq P3$; $A4 \leq P4$ [6, с. 137]. Аналіз ліквідності балансів публічних акціонерних товариств «Чернівецький олійно-жировий комбінат» та «Чернівецький хлібокомбінат» полягає в порівнянні наявності коштів, наведених в активі та згрупованих за ступенем зниження їх ліквідності, із зобов'язаннями, які об'єднані за термінами їх погашення (в порядку зростання термінів сплати), що дає можливість проаналізувати ліквідність балансу підприємств за 2007-2011 рр. (Табл.1).

Дані табл. 1 свідчать про недостатню кількість абсолютно ліквідних активів, тобто першої групи на всіх досліджуваних підприємствах. Підприємство ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» має достатню кількість активів за другою, третьою групами активів та пасивів за четвертою групою за досліджуваний період. У іншого підприємства – недостатня кількість активів за другою групою, а оборотні активи значно перевищують власний капітал підприємств за окремі досліджувані періоди.

Таблиця 2. Динаміка ліквідності балансу

Абсолютна ліквідність: A1≥П1; A2≥П2; A3≥П3; A4≤П4.		Умови порушення ліквідності
Роки	Ліквідність балансу ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат»	
2007	A1<П1;A2<П2;A3>П3;A4>П4.	A1, A2, A4.
2008	A1<П1;A2<П2;A3>П3;A4<П4.	A1, A2.
2009	A1<П1;A2<П2;A3>П3; A4>П4.	A1, A2, A4.
2010	A1<П1;A2<П2;A3>П3; A4>П4.	A1, A2, A4.
2011	A1<П1;A2<П2;A3<П3; A4>П4.	A1, A2, A3, A4.
Роки	Ліквідність балансу ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»	
2007	A1<П1;A2>П2;A3>П3;A4<П4.	A1.
2008	A1<П1;A2>П2;A3>П3;A4<П4.	A1.
2009	A1<П1;A2>П2;A3>П3;A4<П4.	A1.
2010	A1<П1;A2>П2;A3>П3;A4<П4.	A1.
2011	A1<П1; A2>П2;A3>П3; A4<П4.	A1.

Узагальнено показники ліквідності балансу шляхом порівняння ліквідності балансів за 2007-2011 роки по цих підприємствах з абсолютно ліквідним рівнянням балансу у табл. 2.

На досліджуваному підприємстві ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» за 2007 р. та 2009-2011 рр. за першою і другою групами порівняння активів і пасивів немає достатньої кількості активів для погашення термінових й середньострокових зобов'язань. Підприємство за цей період мало надлишок активів четвертої групи, які важко реалізуються, тільки у 2008 році власний капітал перевищує оборотні активи, тобто значення показника відповідає нормі. За третьою групою ліквідності підприємство мало достатню кількість активів для погашення середньострокових

зобов'язань у 2007-2010 роках. Протягом 2011 року за першою, другою і третьою групами порівняння активів і пасивів не мало достатньої кількості активів для погашення зобов'язань, а активи четвертої групи перевищували пасиви четвертої групи, тобто баланс ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» виявився абсолютно неліквідним, бо абсолютно ліквідне співвідношення балансових груп A1≥П1; A2≥П2; A3≥П3; A4≤П4 не спостерігається за 2011 рік.

Протягом 2007-2011 років на досліджуваному підприємстві ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» лише за першою групою порівняння активів і пасивів немає достатньої кількості активів для погашення термінових зобов'язань. Активи другої, третьої та четвертої групи відповідають нормі.

Таблиця 1. Порівняння активів за ступенем ліквідності з пасивами за терміном погашення підприємств харчової промисловості Чернівецької області

тис.грн

Актив	Джерело вихідних даних	На кінець року					Пасив	Джерело вихідних даних	На кінець року				
		2007	2008	2009	2010	2011			2007	2008	2009	2010	2011
ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат»													
A1	Ф.1, рядки 220,230,240	1	3	3	2	302	П1	Ф.1, рядок 530	10874	4291	12156	22448	17766
A2	Ф.1, рядки 150, 160,170-210	539	12098	7846	16256	22661	П2	Ф.1, рядки 500, 540-610	14512	17032	15997	24260	36704
A3	Ф.1, рядки 100-140, 250, 270	3939	10575	17503	13437	7152	П3	Ф.1, рядки 440-470, 630	0	0	8063	7848	7990
A4	Ф.1, 1 розділ активу	74751	68202	69190	79744	101035	П4	Ф.1, 1 розділ пасиву	53844	69555	58346	54444	68206
Баланс	Ф1.р.280	79230	90878	94542	109439	131150	Баланс	Ф1.р.640	79230	90878	94542	109439	131150
ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»													
A1	Ф.1, рядки 220,230,240	382	328	371	425	796	П1	Ф.1, рядок 530	20558	22110	25904	11291	9418
A2	Ф.1, рядки 150, 160,170-210	12490	15134	20681	45959	54384	П2	Ф.1, рядки 500, 540-610	4328	4674	4114	34651	43782
A3	Ф.1, рядки 100-140, 250, 270	15131	14724	16431	19564	8199	П3	Ф.1, рядки 440-470, 630	0	0	0	13441	0
A4	Ф.1, 1 розділ активу	7946	10553	10159	15021	15246	П4	Ф.1, 1 розділ пасиву	10653	13537	17624	21586	25425
Баланс	Ф1.р.280	39964	40746	47642	80969	78625	Баланс	Ф1.р.640	39964	40746	47642	80969	78625

Отже, проведений аналіз ліквідності балансу ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» за 2007-2011 рр. вказує, що протягом досліджуваного періоду відбувались незначні зміни в структурі ліквідності балансу підприємства, що виражалось у складності погашення термінових зобов'язань. Протягом досліджуваного періоду абсолютно ліквідне співвідношення балансових груп $A1 \geq P1$; $A2 \geq P2$; $A3 \geq P3$; $A4 \leq P4$ відсутнє лише по першій групі порівняння активів та пасивів протягом

усього досліджуваного періоду.

Наступним напрямом аналізу поряд з абсолютними показниками, за допомогою яких проводився аналіз ліквідності балансів, слід розрахувати і проаналізувати такі відносні показники, як коефіцієнти абсолютної, швидкої та поточної ліквідності. Алгоритм розрахунку та джерела вихідних даних для цих показників відображені в табл. 3.

Таблиця 3. Показники оцінки ліквідності підприємства

Показник	Алгоритм розрахунку та умовні позначення	Джерело вихідних даних
1. Коефіцієнт абсолютної ліквідності (КЛА) показує, якою мірою всі поточні зобов'язання забезпечені наявними в нього коштами та їх еквівалентами, а також цінними паперами на відповідну дату	$KLA = \frac{ГК + ЕГК + \Phi I_n}{ПЗ}, (1)$ де ГК – грошові кошти; ЕКГ – еквіваленти грошових коштів; ФІП- поточні фінансові інвестиції; ПЗ- поточні зобов'язання	$\frac{\Phi.1 \text{ рядки } 220-240}{\Phi.1 \text{ розділ } IV \text{ пасиву}}$
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності (проміжний коефіцієнт покриття балансу) (КЛШ) показує, якою мірою всі поточні зобов'язання підприємства забезпечені наявними в нього грошовими коштами та їх еквівалентами, цінними паперами, а також дебіторською заборгованістю на відповідну дату	$KLSH = \frac{ГК + ЕГК + \Phi I_n + ДЗ}{ПЗ}, (2)$ де ДЗ – дебіторська заборгованість	$\frac{\Phi.1 \text{ рядки } 150-170-220-240}{\Phi.1 \text{ розділ } IV \text{ пасиву}}$
3. Коефіцієнт поточної (загальної) ліквідності (коефіцієнт покриття боргів) (КЛП) показує, якою мірою всі поточні зобов'язання підприємства покриті наявними в нього поточними (оборотними) активами	$KLP = \frac{OA}{ПЗ}, (3)$ де ОА – оборотні активи	$\frac{\Phi.1 \text{ розділ } I \text{ активу}}{\Phi.1 \text{ розділ } IV \text{ пасиву}}$

Джерело [4, с. 48]

- Рекомендовані значення цих коефіцієнтів наступні:
- коефіцієнта абсолютної (миттєвої) ліквідності – від 0,2 до 0,5;
 - коефіцієнта швидкої ліквідності – від 0,5 до >1;
 - коефіцієнта поточної (загальної) ліквідності >2 [5, с. 132].
- Розраховано їх по досліджуваних підприємствах за 2009-2011 рр. та відобразимо в табл. 4.

Таблиця 4. Динаміка коефіцієнтів ліквідності, що характеризують рівень платоспроможності харчових підприємств Чернівецької області за 2009-2011 рр.

Показник	Роки					Відхилення (+,-)			
	2007	2008	2009	2010	2011	2008/2007	2009/2008	2010/2009	2011/2010
ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат»									
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (КЛА)	0,00004	0,0001	0,0001	0,00004	0,0055	0,00006	0	-0,0001	0,0055
Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності (КЛШ)	0,086	0,691	0,364	0,405	0,444	0,605	-0,327	0,041	0,039
Коефіцієнт загальної ліквідності (КЛП)	0,176	1,063	0,901	0,636	0,549	0,887	-0,162	-0,265	-0,087
ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»									
Коефіцієнт абсолютної ліквідності (КЛА)	0,015	0,012	0,012	0,009	0,015	-0,003	0	-0,003	0,004
Коефіцієнт швидкої (термінової) ліквідності (КЛШ)	0,521	0,583	0,724	1,033	1,051	0,062	0,141	0,309	0,018
Коефіцієнт загальної ліквідності (КЛП)	1,119	1,127	1,249	1,435	1,191	0,008	0,122	0,186	-0,244

З даних табл. 4 видно, що протягом 2007-2011 рр. спостерігається занадто низьке значення коефіцієнта абсолютної ліквідності на всіх досліджуваних підприємствах, рекомендовані межі якого 0,2 – 0,5. Що більша величина коефіцієнта абсолютної ліквідності, то вища гарантія погашення боргів. На підприємствах слід підвищувати занадто низькі значення коефіцієнтів абсолютної ліквідності. Хоча на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» помічається його повільна позитивна динаміка у 2011 році, але рівень коефіцієнта абсолютної ліквідності залишився на низькому рівні, що можна пояснити значними сезонними коливаннями. Оптимальне значення коефіцієнта швидкої (термінової) ліквідності може коливатись у межах 0,7- 0,8 залежно від того, яку частку в оборотних активах займають гроші або дебіторська заборгованість. Значення цих показників на підприємстві в 2007-2011 рр. теж не досягають рекомендованих меж, хоча спостерігається позитивна тенденція протягом досліджуваного періоду, вони зросли в основному за рахунок збільшення дебіторської заборгованості та можуть вважатися нормальними. Рекомендоване значення коефіцієнта поточної ліквідності >1. На ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» спостерігається негативна динаміка зниження цього показника. Потрібно підвищувати його значення за рахунок зменшення поточних зобов'язань.

На ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат» протягом 2007-2011 років спостерігається позитивна динаміка зростання коефіцієнтів швидкої та загальної ліквідності, значення яких знаходяться в межах норми. Максимальне значення коефіцієнта швидкої ліквідності у 2011 році склало 1,051, а коефіцієнта загальної

ліквідності – 1,435 у 2010 році. За підсумками 2011 року значення цього показника знизилася на 0,244, проте загалом знаходиться в межах норми. Це пояснюється коротким виробничим циклом та малими термінами реалізації продукції. Крім того, вирівняно сезонність виробництва та споживання.

Проведений коефіцієнтний аналіз показників ліквідності досліджуваних підприємств вказує на недостатній рівень значень коефіцієнтів ліквідності протягом 2007-2011 років на ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат» і ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат». Даним підприємствам необхідно підвищувати значення даних коефіцієнтів, збільшуючи таким чином гарантію погашення боргів.

Значно впливає на грошові потоки, а отже, і на фінансовий стан підприємства, збільшення або зменшення дебіторської заборгованості. Збільшення дебіторської заборгованості сприяє відтоку грошових коштів з підприємства і уповільненню їх обороту. Тому кожне підприємство зацікавлене у скороченні терміну погашення платежів. У процесі аналізу потрібно вивчати динаміку дебіторської заборгованості, стан і період її оборотності, а також співвідношення з кредиторською заборгованістю, щоб постійно контролювати припустимий рівень дебіторської заборгованості і значний відтік грошових активів з фінансово-господарської діяльності підприємства.

Тому наступним етапом буде аналіз оборотності дебіторської заборгованості та її співвідношення із кредиторською заборгованістю. Алгоритм розрахунку показників оборотності та джерела вихідних даних для цих показників відображені в табл. 5.

Таблиця 5. Показники оборотності дебіторської заборгованості та її співвідношення з кредиторською заборгованістю*

Показник	Алгоритм розрахунку та умовні позначення	Джерело вихідних даних
1. Оборотність дебіторської заборгованості (Кодз) визначає кількість оборотів дебіторської заборгованості за відповідний період	$\text{Кодз} = \frac{Вр}{ДЗ}, (4)$ <p>де ДЗ – сума поточної дебіторської заборгованості всіх видів; Вр – виручка від реалізації продукції</p>	$\frac{\Phi.1 \text{ рядок} 010}{\Phi.1 \text{ рядки} 150-210}$
2. Середній період обороту дебіторської заборгованості (Подз) показує середній проміжок часу між відвантаженням готової продукції (товарів) і одержанням грошових коштів	$\text{Подз} = \frac{ДЗ * 360}{Вр}, (5)$ <p>де ДЗ – дебіторська заборгованість</p>	$\frac{(\Phi.1 \text{ рядки} 150-210) * 360}{\Phi.2 \text{ рядок} 010}$
3. Коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості (КДК) характеризує загальне співвідношення розрахунків за двома видами заборгованості підприємства	$\text{КДК} = \frac{ДЗ}{КЗ}, (6)$ <p>де КЗ – сума кредиторської заборгованості всіх видів</p>	$\frac{\Phi.1 \text{ рядки} 150-210}{\Phi.1 \text{ рядки} 520-610}$

*За даними [5, с. 136].

У табл. 6. проведено розрахунки і проаналізовано динаміку коефіцієнтів оборотності дебіторської заборгованості та її співвідношення з кредиторською заборгованістю по вибраних для дослідження підприємствах за 2009-2011 роки.

Аналізуючи дані табл. 6, ми виявили уповільнення протягом 2007-2011 рр. оборотності дебіторської заборгованості, що є негативним чинником у роботі ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат». Існує міцний взаємозв'язок між підвищенням оборотності дебіторської заборгованості та середнім періодом її

погашення, якщо Кодз збільшується то Подз зменшується. У нашому випадку значення коефіцієнта оборотності знижується, а середнього періоду обороту – збільшується. Середній період обороту дебіторської заборгованості збільшився з 46 до 52 днів у 2010 році та іще на 10 днів у 2011 році, за 2007-2011 роки середній період обороту збільшився на 48 днів, тобто збільшився період погашення дебіторської заборгованості, що є негативним явищем. Протягом 2009-2011 рр. спостерігається позитивна динаміка коефіцієнта співвідношення дебіторської і кредиторської

заборгованості. Рекомендоване значення цього коефіцієнта >2, на підприємстві в 2009, 2010, 2011 рр. спостерігається його низьке значення, що значно

відхиляється від норми. Це вимагає додаткових коштів на забезпечення виробничого циклу.

Таблиця 6. Динаміка коефіцієнтів оборотності дебіторської заборгованості та її співвідношення з кредиторською заборгованістю на підприємствах за 2009-2011 рр.

Показник	Роки					Відхилення (+,-)			
	2007	2008	2009	2010	2011	2008/ 2007	2009/ 2008	2010/ 2009	2011/ 2010
ПАТ «Чернівецький олійно-жировий комбінат»									
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (Кодз) (кількість оборотів)	84,67	3,18	7,83	6,88	5,85	-81,49	+4,65	-0,95	-1,03
Середній період обороту дебіторської заборгованості у днях (Подз)	4,25	113,21	45,98	52,32	61,53	+108,96	-67,23	+6,34	+9,21
Коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості (КДК)	0,021	0,567	0,279	0,348	0,416	+0,546	-0,288	+0,069	+0,068
ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат»									
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (Кодз) (кількість оборотів)	4,34	5,18	5,26	2,64	2,78	+0,84	0,08	-2,62	+0,14
Середній період обороту дебіторської заборгованості у днях (Подз)	82,96	69,44	68,41	136,25	129,33	-13,52	-1,03	+67,84	-6,92
Коефіцієнт співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості (КДК)	0,549	0,615	0,730	2,169	1,772	+0,066	+0,115	+1,439	-0,397

Аналізуючи оборотність дебіторської заборгованості ПАТ «Чернівецький хлібокомбінат», виявлено уповільнення даного показника до 3 оборотів у 2011 році. Уповільнення оборотності призвело до зростання середнього періоду обороту дебіторської заборгованості з 83 днів у 2007 році до 136 у 2010 році. У 2011 році період зменшився на 7 днів. Спостерігається позитивна динаміка коефіцієнта співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості протягом 2007-2010 років, зростання до нормативного значення. У 2011 році цей показник зменшився на 0,397, тобто його значення склало 1,772 – вважається в межах норми.

Прискорення оборотності дебіторської заборгованості на підприємствах потрібно здійснювати шляхом зниження терміну, що надається покупцям для погашення дебіторської заборгованості, а також підвищення контролю за розрахунково-платіжною дисципліною при реалізації продукції. Втілення цих заходів потрібно здійснювати через розроблення договірних зобов'язань, у яких вказано граничний строк сплати за реалізовану готову продукцію та систему процедур, яка застосовується у випадку порушення умов оплати.

Підприємства, які займаються виробництвом харчових продуктів, працюють ефективно, мають

стабільні темпи приросту продукції, що користується попитом на регіональному рівні. Натомість аналіз ліквідності цих підприємств за досліджуваний п'ятирічний період свідчить про недостатній обсяг активів для забезпечення всіх поточних зобов'язань даних підприємств, що негативно впливає на фінансовий стан підприємств. Одним із основних інструментів покращення фінансового стану та ефективності діяльності підприємств виступає якісне і ефективне планування грошових потоків. Платоспроможність та ліквідність підприємства безпосередньо залежить від його спроможності своєчасно та в необхідному розмірі генерувати грошові потоки. У свою чергу, ця залежність потребує реалізації цілісної системи не тільки планування, а й прогнозування, аналізу та контролю за грошовими потоками, що формуються в результаті фінансово-господарської діяльності підприємств. У зв'язку з цим у сучасних умовах постійно підвищується значення проблеми не тільки забезпечення зростання виробництва, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, а й забезпеченості достатнім обсягом грошових ресурсів, ефективного планування їх діяльності для забезпечення стійкого розвитку.

Список літератури

1. Ван Хорн Дж. К. *Основы управления финансами* : пер. с англ. [Текст] / Ван Хорн Дж. К.; Гл. ред. серии Я. В. Соколов. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 800 с.
2. Бланк И. А. *Управление финансовой стабилизацией предприятия* [Текст] / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2003. – 496 с.
3. Коваленко О. Ю. *Напрями поліпшення фінансового стану підприємств в ринкових умовах* / Ю.О. Коваленко // *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Економіка і управління»*. Том 24 (63). – 2011. – №2. – С. 70-76
4. Дієва Н. М. Дедіков О. І. *Фінансовий аналіз. Навчальний посібник*. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 328с.
5. Ясишена В. В., Сисоєва І. М. *Методика проведення аналізу грошових потоків підприємств* / В. В. Ясишена // *Інноваційна економіка*.

– 2012. – № 2 (28). – С. 131-139.

6. Павлова Л. Н. Финансовый менеджмент : учебник для вузов [Текст] / Л. Н. Павлова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 269 с.
7. Поддєрьогін А. М. Ефективність управління грошовими потоками підприємства / А. М. Поддєрьогін, Я. І. Невмержицький // Фінанси України. – 2007. – № 11. – С. 119-127.

РЕЗЮМЕ

Федишин Майя

Совершенствование методики оценки финансового состояния как предпосылки проведения анализа денежных потоков предприятий пищевой промышленности

Рассмотрен механизм оценки финансового состояния на примере предприятий пищевой промышленности. Предложены методические приемы по совершенствованию оценки финансового состояния с целью выявления негативных факторов влияния на финансовую деятельность и способов эффективного использования и рационального размещения денежных ресурсов предприятий в современных условиях.

RESUME

Fedyshyn Maya

Improvement of valuation methods of financial position as background of cash flow analysis of enterprises of food industry

The present paper is a study of mechanism of assessing of the financial condition of the food industry. There have been proposed the instructional techniques to improve the assessment of the financial situation in order to identify adverse impacts on financial performance and effective ways to use and efficient allocation of resources for companies in today's environment.

Стаття надійшла до редакції 05.03.2013 р.

АНАЛІТИЧНА ФУНКЦІЯ МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Статтю присвячено питанням визначення ролі аналітичної функції маркетингу в процесах забезпечення прийняття управлінських рішень у системі управління підприємством. Показано значення побудови системи маркетингових досліджень в умовах зовнішньої орієнтації його управлінської та маркетингової діяльності.

Ключові слова: система маркетингових досліджень, аналітична функція, система управління, управлінські рішення, бізнес-середовище.

Практика сучасного економічного сьогодення багата прикладами того, наскільки важливим є питання інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень в умовах динамічного ринкового середовища. Йдеться, передусім, про зменшення міри його невизначеності у контексті необхідності прийняття управлінських рішень різного рівня важливості, терміновості і складності. Вирішити таке завдання можливо завдяки системному використанню маркетингового аналітичного інструментарію, завдяки чому можливо говорити про планомірну роботу в інформаційному просторі діяльності підприємства, насиченому різноманітними інформаційними потоками. Головним засобом досягнення такої мети, своєю чергою, виступає система маркетингових досліджень підприємства.

Зазначена обставина зумовлює значну актуальність цього питання. Унаслідок цього у спеціальній літературі репрезентовано багато фундаментальних робіт зарубіжних учених, у яких досліджуються питання організації та проведення маркетингових досліджень на підприємстві. Серед них чільне місце посідають роботи Н. К. Малхотри [1], Г. Черчилля і Д. Якобуччі [2], Д. Аакера, В. Кумара і Дж. Дея [3], а також Г. Багієва [4], І. Беляєвського [5-6], Є. Голубкова [7]. Серед доробку вітчизняних учених-маркетологів з означеної тематики необхідно, передусім, виділити роботи А. Войчака [8], А. Павленка [9-10], А. Старостіної [11-12], А. Зозульова і С. Солнцева [13] та інших.

Водночас необхідно наголосити на тому, що у спеціальній літературі переважають публікації, тематика яких здебільшого стосується оперативних питань застосування окремих методик збирання маркетингової інформації, застосування різноманітних підходів до організації вибіркового спостережень, бізнес-процесів, пов'язаних із проведенням польових робіт, використанням аналітичного інструментарію у процесах вивчення масивів маркетингової інформації, тощо. Віддаючи належне важливості означених питань, зауважимо, що сьогодні у контексті посилення ролі маркетингового менеджменту в системах управління сучасними підприємствами, особливу увагу необхідно звернути на роль інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінських (а не лише суто маркетингових) рішень на стратегічних рівнях управління ними. На наше переконання, сьогодні необхідно глибше розглядати питання системного застосування на практиці потужного аналітичного

маркетингового інструментарію.

Зважаючи на недостатній рівень опрацьованості цієї задачі у спеціальній літературі, ми ставимо за мету дослідити питання ролі та змісту інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності навколишнього бізнес-середовища за допомогою системи маркетингових досліджень підприємства.

Досліджуючи означене питання, ми помітили, що досить часто у спеціальній літературі з тематики маркетингового менеджменту особлива увага авторів звертається на питання створення та управління організаційними структурами маркетингу підприємства, побудови систем маркетингового стратегічного і тактичного планування, розробки маркетингових стратегій і програм різних рівнів, що стосуються здебільшого управління окремими елементами комплексу маркетингу. Водночас аналітична функція маркетингу, важливість якої особливо виявляється на стратегічному рівні управління підприємствами, залишається поза увагою. На нашу думку, це, зокрема, спричиняє розрив між теорією і практикою сучасних менеджменту і маркетингу, коли провідна роль маркетингової філософії ведення бізнесу залишається гаслом.

Говорячи про одну із функцій стратегічного управління підприємством – стратегічне планування – неважко переконатися, що для її належного виконання особливо важливим є питання системного і цілеспрямованого інформаційно-аналітичного забезпечення. При цьому останнє повинно базуватися на постійному вивченні більш широкого інформаційного поля діяльності підприємства, на обробці більшої кількості різноманітних потоків внутрішньої і зовнішньої інформації (як первинної, так і вторинної). Завдяки цьому можливо передбачувати зміни параметрів розвитку ринкового середовища, а також його потенційних проблем і можливостей у більш тривалій перспективі, що є необхідним для розробки зазначених вище стратегій і програм підприємства. У протилежному випадку звуження вивчення його інформаційного поля діяльності, зосередження переважно на вирішенню задач оперативного характеру, можливість побудови та впровадження ефективної системи стратегічного планування, що функціонує на засадах маркетингу, є малоімовірною.

Однією із важливих функцій стратегічного маркетингу також виступає його аналітична функція. У

її межах виконуються задачі пошуку, накопичення, аналізу та розподілу маркетингової інформації в загальній системі управління підприємством, а не лише у межах його відділу маркетингу. З цього приводу варто пригадати тезу представників скандинавської школи маркетингу про те, що маркетинг занадто великий, аби ним займалися лише маркетологи. Тому, зокрема, у теорії маркетингу послуг значна увага звертається не стільки на елементи традиційного комплексу маркетингу підприємства, скільки на процеси взаємодії між клієнтами і обслуговуючим персоналом, співробітниками якого, як правило, не підпорядковані організаційним структурам його маркетингового управління [10, с. 20-21].

Відомий російський фахівець у галузі маркетингового стратегічного планування, В. Шкардун, цілком справедливо обстоює думку про те, що «...ціль реалізації аналітичної функції маркетингу – забезпечення комфортного інформаційного середовища

для прийняття управлінських рішень» [14, с. 313]. Причому комфортність інформаційного середовища трактується ним як наявність на *всіх місцях прийняття управлінських рішень* достатньої кількості якісної інформації про маркетингове середовище підприємства. І оскільки прийняття будь-якого управлінського рішення повинне базуватися на релевантній інформації, що зменшує рівень невизначеності ринкового середовища, належний рівень використання маркетингової інформації у цих процесах сприяє активнішій ринковій орієнтації підприємства. Унаслідок цього також можливо зробити висновок, що належний рівень упровадження маркетингу в управлінську діяльність підприємства залежить від підвищення якості відповідних управлінських рішень, що, своєю чергою, сприятимуть зменшенню інформаційних розривів між різними рівнями управління ним (див. рис. 1).

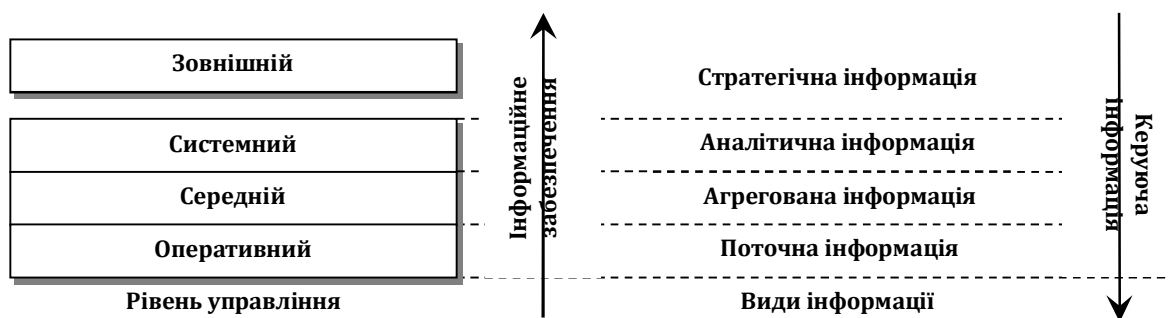


Рис. 1. Інформація, що використовується на різних рівнях управління підприємством [14, с. 316].

Звичайно, що наведена схема інформаційних потоків на підприємстві носить узагальнений характер, проте за її допомогою ілюструється характер інформації залежно від рівня її виникнення чи накопичення. Стає зрозумілим, що цілеспрямована маркетингова аналітична діяльність доповнює її інформаційними потоками, що надходять на підприємство із зовнішнього середовища, перетворюючи внутрішнє середовище прийняття управлінських рішень на більш однорідне. Адже за рахунок цього «згладжується» інформаційний розрив між різними рівнями ієрархії управління підприємством за рахунок актуальної ринкової інформації.

Зазвичай у спеціальній літературі практика виконання такої функції маркетингу пов'язується зі створенням на підприємстві маркетингової інформаційної системи, у межах якої збирається, аналізується і накопичується різнопланова маркетингова інформація. Передбачається також, що ця система обов'язково повинна бути інтегрованою до загальної інформаційної системи підприємства. Проте на практиці це завдання ускладнюється відсутністю стандартизованих форм звітності у сферах маркетингу та збуту. Як наслідок, у більшості випадків на підприємствах розробляються власні програмні модулі, які, до речі, не часто можуть бути легко чи, принаймні, без додаткових витрат інтегрованими до програмних оболонок використовуваних програмних продуктів.

По суті часто найбільш нагальною проблемою є необхідність вираження багатьох маркетингових показників мовою фінансів. При цьому зазвичай вони трактуються керівниками інших структурних

підрозділів підприємства виключно як витрати, а не як інвестиції, що потребують довгих термінів повернення. Додамо до цього, що багато маркетингових показників надзвичайно складно формалізувати в принципі, оскільки вони мають виражений якісний чи описовий характер. Вирішення такого завдання може, зокрема, пов'язуватися зі створенням менеджментом підприємства Збалансованої системи показників у маркетингу та збуті – ЗСП (англ. – *Balanced Scorecard*), у межах якої повинні поєднуватися інформаційні потоки різних його структурних підрозділів.

Тому вважаємо, що першопрichiною такої проблеми полягає у *слабкій зовнішній орієнтації менеджменту підприємств*, коли в центрі їх уваги переважно знаходяться питання управління внутрішніми бізнес-процесами, а маркетинг виконує другорядну чи почасти епізодичну роль. Не применшуючи ролі завдання оптимізації внутрішніх бізнес-процесів підприємства, зауважимо, що зовнішня орієнтація – це управління його діяльністю на підставі умов та можливостей, наданих навколишнім бізнес-середовищем і, насамперед, потребами та поведінкою споживачів [10, с. 98]. Основна задача менеджменту при цьому полягає у створенні такого потенціалу підприємства, що уможливило його оперативну адаптацію до дії суб'єктів, сил та перманентних змін умов ринкового середовища як першооснови досягнення цілей власного розвитку в умовах конкуренції. Основними засобами досягнення таких цілей вважаються:

- пріоритет інтересів та вигод споживача;
- особлива увага ефективності виробничих процесів, а також критеріям вибору споживачів, їх потребам та

- цінностям;
- постійне вивчення конкурентного середовища, поведінки споживачів, пошук конкурентних переваг, диференціація та чітке позиціонування товарів і торгових марок;
- готовність до змін і швидка реакція на них, стимулювання нововведень, пошук нових ринків, незадоволених потреб, розробка нових товарів;
- використання системи маркетингових досліджень сегментування ринку за особливостями поведінки споживачів;
- витрати на маркетинг розглядаються як інвестиції, налагоджуються партнерські стосунки зі споживачами [10, с. 98].

Таким чином, головне завдання менеджменту підприємства в умовах його зовнішньої орієнтації полягатиме у адаптації чинників внутрішнього середовища до дії суб'єктів, сил та умов навколишнього бізнес-середовища. При цьому головним маркетинговим аналітичним інструментом виступатиме система маркетингових досліджень. В умовах розмаїття конкуруючих товарних пропозицій найбільшим нематеріальним активом підприємства виступає його бренд, тому відповідні маркетингові комплекси

розробляються і впроваджуються радше не традиційними відділами маркетингу, а спеціальними утвореннями на рівні підприємства, до складу яких можуть входити представники різних функціональних напрямків його діяльності.

Напевно у найбільш концентрованому вигляді підтвердження висловленої вище тези ми можемо знайти у Міжнародній системі стандартів якості ISO 9001:2000, де чітко проголошено: «Міжнародний стандарт дозволяє налагодити підхід до процесу розробки, впровадження і підвищення ефективності системи управління якістю, що спрямована на задоволення потреб споживачів за рахунок виконання їхніх вимог» [15, с. 15]. Оскільки споживчі потреби постійно змінюються, а також внаслідок впливу конкурентної боротьби і розвитку технологій, підприємства повинні постійно підвищувати якість своїх товарів і послуг. Тому надання відповідного сертифікату якості конкретному підприємству зобов'язує його вище керівництво на практиці постійно застосовувати відповідні заходи (рис. 2), за ним закріплюється відповідальність за задоволення потреб споживачів, що визначаються як «...сприйняття того ступеня, у якому виконуються їх запити» [15, с. 34].

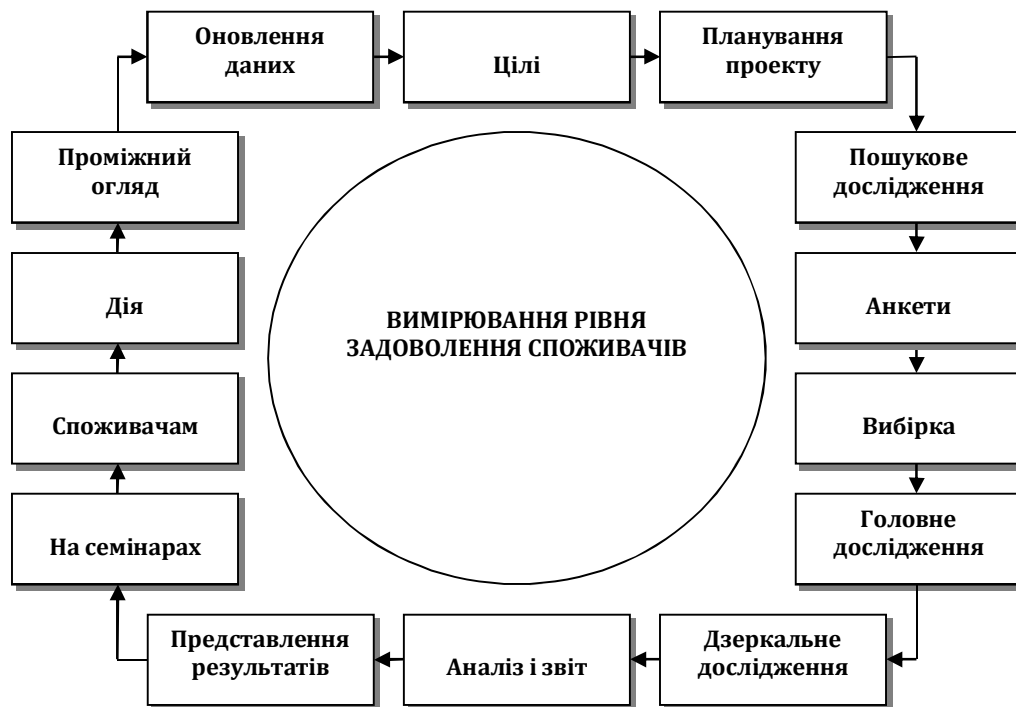


Рис. 2. Структура процесу вимірювання рівня задоволення споживачів згідно з вимогами стандарту ISO 9000:2000 [15, с. 22]

Тому вихідним моментом процесу вимірювання рівня задоволення споживачів також виступає загальна задача прийняття управлінського рішення. Однак інформаційне середовище – це постійно зростаючий величезний масив різноманітної інформації про суб'єкти та сили оточуючого бізнес-середовища. Тому адекватно оцінити його та вибрати необхідну для прийняття конкретного управлінського рішення інформацію можливо лише за умови існування повноцінної системи маркетингових досліджень, завдяки якій «сиря» інформація може перетворитися на цінний ресурс для потреб систем менеджменту та маркетингу.

У цьому зв'язку виникає найперший аспект

інформаційно-аналітичного забезпечення прийняття управлінського рішення: постановка менеджментом підприємства запиту на необхідну інформацію. Система маркетингових досліджень перетворює такий запит на певний фільтр, який одночасно слід вважати вихідним моментом маркетингового дослідження, незалежно від методики чи тематики його проведення. За його допомогою надалі здійснюватиметься пошук та відбір необхідної інформації. Деталізація параметрів інформаційного фільтру також є прерогативою системи маркетингових досліджень. Тому що тіснішим буде взаємозв'язок між зазначеними системами, то адекватнішим буде розуміння потреб менеджменту з

боку дослідників, а також якіснішою буде специфікація необхідної менеджерам інформації. Причому тісний характер співпраці між менеджерами та дослідниками дозволяє останнім висловлювати рекомендації щодо можливих варіантів прийняття управлінського рішення, враховуючи ступінь їх обізнаності про справжні проблеми та інформаційні потреби системи менеджменту підприємства.

Таким чином, необхідно чітко розрізнити загальні функції прийняття управлінських рішень і функції, пов'язані із проведенням маркетингових досліджень. Тому маркетингові дослідження не слід ототожнювати з діяльністю, спрямованою на прийняття конкретного управлінського чи маркетингового рішення. Воно має за мету лише усебічне вивчення досліджуваної проблеми задля пошуку можливостей її оперативного вирішення. Тому авторська позиція полягає у тім, що сьогодні система маркетингових досліджень повинна усе більшою мірою перебирати на себе функцію головної координуючої ланки у процесах прийняття управлінських рішень в умовах невизначеності ринкового середовища. Як наслідок, ми вважаємо, що маркетингова інформація повинна розглядатися з позицій системного підходу як «вхід» до динамічної та постійно діючої системи прийняття управлінських рішень.

У своїх публікаціях автор також неодноразово наголошував на тому, що у спеціальній літературі домінує традиційне трактування категорії «система маркетингових досліджень» як підсистеми МІС підприємства. Це, у свою чергу, зводить аналіз багатьох авторів до операційного рівня управління ходом здійснення окремих маркетингових дослідницьких проєктів, а не функціонування маркетингових

досліджень як цілісної системи у межах загальної системи управління підприємством. На противагу цьому, варто пригадати, що МІС підприємства з часом поступово трансформуються у більш складні форми, такі, як, наприклад, системи підтримки прийняття рішень (СППР). Тому нам необхідно переосмислити сутнісне наповнення цієї категорії, окресливши головні напрямки використання системного підходу в маркетингових дослідженнях:

Система маркетингових досліджень – це комплекс взаємодіючих і взаємопов'язаних між собою методів, процедур і моделей, а також їх інфраструктурне та ресурсне забезпечення, призначене для досягнення цілей інформаційно-аналітичного обґрунтування прийняття управлінських рішень в умовах ринкової невизначеності.

У якості висновку зауважимо, що завдяки такому комплексу стає можливою системна діяльність зі збирання, аналізу та інтерпретації маркетингової інформації, а також її використання на стратегічних рівнях управління підприємством; уможливується інтегрування усіх наявних інформаційних джерел та перехід від простих інформаційних систем до більш складних сучасних систем маркетингових знань, як ще одного вагомого активу компаній. Останні, зокрема, вважаються результатом накопичення інтелектуального потенціалу провідних компаній світу. Таким чином, проведений нами аналіз дозволяє говорити про необхідність подальших розробок щодо нового сутнісного наповнення категорії системи маркетингових досліджень як перспективного напрямку розвитку теорії і практики сучасного маркетингу у напрямку його інтеграції до стратегічних рівнів управління підприємствами в умовах ринку.

Список літератури

1. Малхотра Н. К. *Маркетинговые исследования: практическое руководство*, 3-е изд. [Текст] / Н. К. Малхотра: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. – 960 с.
2. Черчилль Г. А. *Маркетинговые исследования* [Текст] / Г. А. Черчилль, Д. Якобуччи; Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Издательский дом «Нева», 2004. – 832 с.
3. Аакер Д. *Маркетинговые исследования*, 7-е изд. [Текст] / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй; Пер. с англ. под ред. С. Божук. – СПб.: Питер, 2004. – 848 с.
4. Багиев Г. Л. *Маркетинг* [Текст]: учебник для вузов / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн; Под общ. ред. Г. Л. Багиева. – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 2001. – 703 с.
5. Беляевский И. К. *Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз* [Текст]: учеб. пособие / И. К. Беляевский. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 320 с.
6. *Статистика рынка товаров и услуг* [Текст]: учебник. – 2-е изд. перераб. и доп. / И. К. Беляевский, Г. Д. Кулагина, Л. А. Данченко и др.; Под ред. И. К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 656 с.
7. Голубков Е. П. *Маркетинговые исследования: теория, методология и практика* [Текст] / Е. П. Голубков. – М.: Финпресс, 2000. – 464 с.
8. Войчак А. В. *Маркетингові дослідження* [Текст]: підручник / А. В. Войчак, А. В. Федорченко; За наук. ред. А. В. Войчака. – К.: КНЕУ, 2007. – 408 с.
9. Павленко А. Ф. *Маркетинг* [Текст]: підручник / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
10. *Маркетинг* [Текст]: підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак та ін.; За наук. ред. д.е.н., проф., акад. АПН України А. Ф. Павленка; Кер. авт. кол. д.е.н., проф. І. Л. Решетнікова. – К.: КНЕУ, 2008. – 600 с.
11. Старостина А. А. *Маркетинговые исследования* [Текст] / А. А. Старостина. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 320 с.
12. Старостина А. О. *Маркетинг* [Текст]: навчальний посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / А. О. Старостина, О. В. Зозульов. – К.: Знання-Прес, 2003. – 326 с.
13. Зозулев А. В. *Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика* [Текст]: учеб. пособие / А. В. Зозулев, С. А. Солнцев. – М.: Рыбари; К.: Знання, 2008. – 643 с.
14. Шкардун В. Д. *Роль аналитической функции маркетинга в процессе стратегического планирования на предприятии* [Текст] / В. Д. Шкардун // *Маркетинг и маркетинговые исследования*. – 2008. – № 4(76). – С. 312-324.
15. Хилл Н. *Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000* [Текст] / Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше. – М.: Издательский дом «Технологии», 2004. – 192 с.

РЕЗЮМЕ

Федорченко Андрей

Аналитическая функция маркетинга в системе управления предприятием

Статья посвящена вопросам определения роли аналитической функции маркетинга в процессах обеспечения принятия управленческих решений в системе управления предприятием. Показано значение построения системы маркетинговых исследований в условиях внешней ориентации его управленческой и маркетинговой деятельности.

RESUME

Fedorchenko Andriy

Analytical function of marketing within management system of the enterprise

The article is devoted to the questions of determination of role of analytical function of marketing in the processes of managerial decisions making providing, which are essential for the enterprise management system. The essence of construction of marketing research system is shown under conditions of the external orientation of its managerial and marketing activities.

Стаття надійшла до редакції 05.03.2013 р.

УПРОВАДЖЕННЯ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті з'ясовано сутність та процес формування категорійного менеджменту. Визначено його основні передумови та принципи. На основі цих даних розроблено механізм упровадження категорійного менеджменту на підприємствах роздрібно торгівлі.

Ключові слова: категорійний менеджмент, підприємства роздрібно торгівлі, попит споживачів, маркетингове середовище, категорія, категорійна стратегія, ролі категорій, механізм упровадження категорійного менеджменту.

В умовах значних коливань кон'юнктури ринку, зростання числа конкурентів на ринку, зміни потреб споживачів важливою задачею для кожного керівника стає забезпечення ефективної діяльності свого бізнесу. Так екстенсивний шлях розвитку лише за рахунок позикових коштів вже більше не приносить очікуваного результату, а тільки призводить до зниження фінансової міцності підприємства шляхом скорочення обсягів прибутку та наростання заборгованості. У зв'язку з цим підприємства роздрібно торгівлі останнім часом все активніше здійснюють пошуки шляхів розв'язання цих проблем. Одним із способів оптимізації структури компанії, раціонального використання коштів та найповнішого задоволення потреб клієнтів стає запровадження системи категорійного менеджменту на підприємстві, спрямованої на диференціацію асортименту продукції за групами та формування товарних категорій та бізнес-одиниць.

Вивченням теоретичних аспектів понять, завдань, функцій та методів категорійного менеджменту займалися такі вчені, як Бузукова Є., Височин І. [3], Гросул В. [6], Кузнецова С. [8], Сисоева С. [11] та інші. Практичні дослідження цієї проблематики відображені у працях Барановського В., [2], Гонського М. [4], Гончарова І. [5], Гурова Н. [7] тощо. Однак, незважаючи на значну кількість наукових напрацювань, ці питання залишаються і досі не розв'язаними до кінця. Особливої уваги заслуговує аспект формування алгоритму впровадження категорійного менеджменту на підприємствах роздрібно торгівлі.

Метою статті є аналіз системи категорійного менеджменту та формування алгоритму його впровадження на підприємстві. Для її досягнення необхідно здійснити низку завдань, серед яких:

- визначення процесу формування, сутності, принципів категорійного менеджменту.
- визначення передумов впровадження категорійного менеджменту на підприємстві та огляд його складових елементів.
- формування механізму впровадження категорійного менеджменту на роздрібних підприємствах.

Теоретичною та методологічною основою статті є фундаментальні положення економічної теорії, наукові роботи зарубіжних та вітчизняних учених у галузі категорійного менеджменту. Для досягнення поставленої мети було використано загальнонаукові та спеціальні економічні методи, серед яких метод аналізу та синтезу, об'єктивності, системності, логіко-теоретичного узагальнення та порівняльно-

економічного аналізу.

У 80-х роках ХХ століття з'являється нова концепція ведення та управління бізнесу – категорійний менеджмент, який має значні відмінності від попередньої традиційної концепції. Остання характеризувалась тим, що функції відділів продажу, закупівлі та маркетингу були розділені. Так відділ закупівель відповідав лише за укладення контрактів з постачальниками, підготовку документації та частково за приймання товарів. Відділ продажів – розміщенням отриманих товарів у магазині на полицях та підтримання рівня товарного запасу. Встановленням цін займався планово-економічний відділ. Такий розподіл не завжди був оптимальним та ефективним, оскільки часто цілі підприємства загалом не відповідали цілям окремих підрозділів. Подальше зростання числа конкурентів на ринку, швидкі зміни його кон'юнктури зумовлюють реальну необхідність у пошуку нових стратегій управління [3, с. 93]. Так з'являються нові принципи управління, що стали передумовою розвитку категорійного менеджменту: Total Quality Management (TQM) та Efficient Consumer Response (ECR). TQM (Total Quality Management) – націлений на якість підхід до керівництва організацією, заснований на участі всіх її членів і спрямований на досягнення довготривалого успішного результату шляхом задоволення потреб споживачів і максимізацію вигоди для всіх членів організації і суспільства. Ця концепція була запроваджена в Японії Едвардом Демінгом та ґрунтується на знаннях системного підходу, статистики, теорії пізнання та психології [8, с. 291]. Концепція ECR (Efficient Consumer Response) забезпечує оптимізацію ланцюга поставок спільними зусиллями виробників, постачальників і підприємств роздрібно торгівлі з метою зменшення матеріальних та інших тимчасових витрат у процесі доставки товару, збільшення прибутку, оптимізації складських операцій, цінової політики, асортименту та поліпшення якості обслуговування кінцевого споживача [3, с. 91].

Новою концепцією, яка з'являється на початку 90-х років, стає категорійний менеджмент, який бере за основу об'єднання функцій закупки та продажу. Це такий процес управління торгівельним підприємством, коли кожна категорія товару існує як окрема бізнес-одиниця, що має на меті максимальне задоволення потреб споживачів та зростання ефективності співробітництва між виробником і роздрібним продавцем [9, с. 220]. Категорійний менеджмент як будь-яка управлінська система передбачає наявність

суб'єкта і об'єкта управління. Об'єктом виступає весь процес – починаючи з закупівлі товарів у виробників і постачальників і закінчуючи реалізацією товарів покупцям загалом та торговим асортиментом магазину зокрема. Суб'єктом є посадова особа, на яку покладено обов'язки з управління товарною категорією, як правило, це категорійний менеджер. До його обов'язків належить: сегментація ринку і вибір цільового (цільових) сегмента (сегментів); аналіз попиту і споживчих переваг цільового сегмента; розробка цінової, асортиментної та комунікаційної стратегії товарної категорії; аналіз динаміки продажів і прибутковості товарної категорії тощо [10, с. 134].

Категорійний менеджмент повинен розглядатися як спроба оптимізувати весь ланцюг поставки від постачальника до кінцевого споживача. Широке впровадження категорійного менеджменту означає, що асортимент продукції компанії розбивається на логічні категорії, за які відповідає одна команда з перехресними функціями, яка забезпечує оптимізацію чистого прибутку по даній категорії. Дана система управління асортиментом у межах категорійного менеджменту дозволяє погоджувати інтереси споживачів, виробників і постачальників товарів [9, с. 223].

Категорійний менеджмент в управлінні асортиментом магазину означає:

- орієнтацію магазину на смаки і уподобання покупців та формування відповідного ним асортименту продукції;
- відповідальність, самостійність і незалежність у прийнятті рішень категорійних менеджерів, які несуть персональну відповідальність за результати управління товарною категорією;
- формування в структурі асортименту магазину товарних категорій відповідно до попиту клієнтів;
- обов'язкове використання в процесі управління асортиментом сучасних інформаційних технологій;
- постійне вдосконалення асортиментної матриці [9, с. 223].

Отже, категорійний менеджмент становить процес управління торговим асортиментом магазину з метою його розвитку відповідно до величини і структури споживчого попиту і за умови ефективного використання трудових, матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів.

Виділимо основні принципи категорійного менеджменту:

- відповідності товарного асортименту особливостям

попиту населення з метою найбільш повного його задоволення;

- забезпечення постійної наявності у продажу стійкого товарного асортименту відповідно до попиту населення;
- максимальне наближення до покупців товарів повсякденного попиту і простого асортименту та наявність продукції на складі;
- економічна ефективність роботи підприємства [10, с. 140].

Однак упровадження системи категорійного менеджменту на підприємстві вимагає значної перебудови всієї структури торгівлі, системи розподілу ресурсів, відповідальності і повноважень персоналу. Розглянемо основні передумови даного процесу:

- об'єднання функціональних стратегій (закупівлі, продажу, маркетингу, логістики, фінансів) в одну категорію;
- призначення категорійного менеджера та визначення його обов'язків. Необхідно дотримуватися децентралізації з передачею частини управлінських функцій і повноважень у прийнятті рішень, концентрації функцій, пов'язаних з управлінням асортиментом, маркетингом, ціноутворенням та іншими бізнесовими функціями, в одних руках;
- зміна організаційної структури компанії, перехід до матричної структури. Ця система передбачає виділення єдиних центрів управління категоріями, управління в яких здійснюється не тільки по вертикалі, але і по горизонталі. Категорійний менеджмент (горизонталь), навіть якщо це не генеральний директор (вертикаль) або навіть керівник відділу (вертикаль), впливає на діяльність інших підрозділів;
- уникнення конфліктів категорій (боротьба за полиці, неузгодженість дій і зусиль, відсутність єдиної маркетингової концепції) через формування дієвого механізму регулювання внутрішніх конфліктів і узгодження розвитку категорій у межах єдиної концепції;
- формування стійких зв'язків між стратегіями підприємства та постачальниками, виробниками товарів [9, с. 221; 10, с. 132].

Виділимо на основі цих положень основні елементи категорійного менеджменту на підприємствах роздрібно торгівлі (рис. 1).

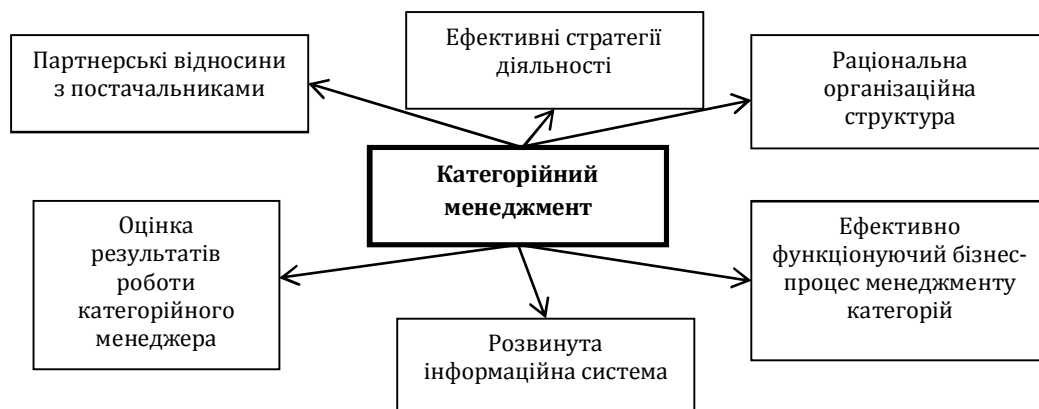


Рис. 1. Основні елементи системи категорійного менеджменту підприємства роздрібно торгівлі

ґрунтуючись на цих засадах, сформуємо механізм упровадження системи категорійного менеджменту на

підприємствах роздрібно торгівлі.

По-перше, необхідно здійснити маркетинговий

аналіз ринку, провести оцінку попиту та уподобань споживачів, стану розвитку економіки, конкурентного середовища, а також взаємозв'язків з постачальниками. Цей етап спрямований на збір та аналіз інформації про стан маркетингового середовища. Найважливішою задачею стає отримання інформації про смаки та потреби споживачів. Інформація може надходити як з офіційних, так і з комерційних джерел. Так, наприклад, компанія «АС Nielsen» отримує дані не тільки з результатів маркетингових досліджень ринку експертами, але й безпосередньо від близьких споживачу джерел, таких, як газети, журнали, блоги, коментарі тощо [1, с. 5].

По-друге, необхідно чітко визначити цілі компанії. Бізнес-стратегія підприємства має стати вихідною

точкою для розробки категорійного менеджменту. У галузі роздрібно́ї торгівлі особливо важливо чітко визначити формат стратегій, операційну модель бізнесу та ключові аспекти позиціонування на конкурентному ринку (наприклад, низькі ціни, якість, сервіс, бренд тощо). Важливо, щоб цілі компанії були чіткими та взаємоузгодженими на операційному рівні, а формати стратегій та категорійного менеджменту були взаємопов'язаними, забезпечуючи ефективну комунікацію всередині компанії.

По-третє, формування категорійних стратегій на підприємстві. Цей етап передбачає виділення категорій, визначення ролі категорій, оцінювання категорій, встановлення цілей для категорій, вибір категорійної стратегії (рис. 2) [1, с. 6].

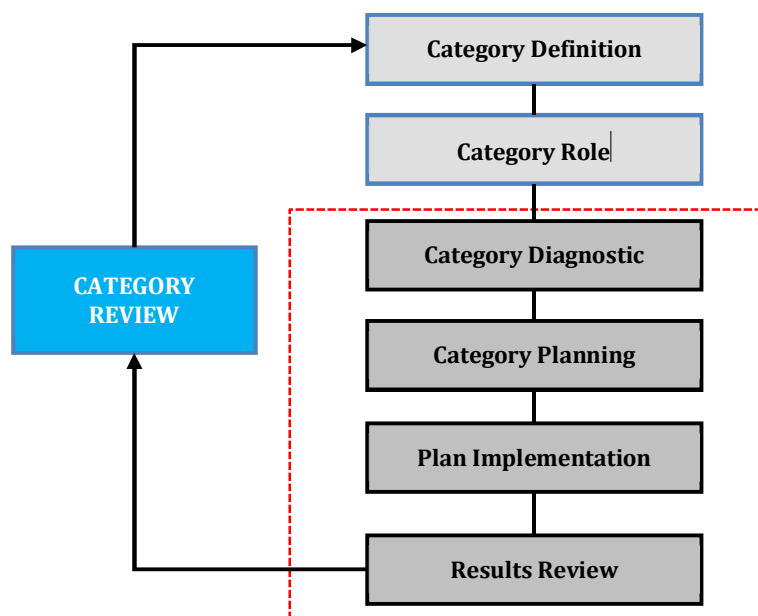


Рис. 2. Формування категорійних стратегій

Основою для визначення стратегій є їх цілі та формат, вибір яких ґрунтується на концепції Consumer decision tree (CDT) або Дерево споживчого вибору [1, с. 6]. Вона відображає процес встановлення пріоритетів споживачами в процесі здійснення покупок, а також рівень взаємозамінюваності товарів. В одній категорії мають товари, що мають схоже призначення та існують одночасно в уяві клієнтів, або ж певні види продукції, які презентовані сукупністю брендів, наприклад, масло, цукерки тощо. Для виділення кожної категорії визначається її роль на основі крос-категоріального аналізу з урахуванням позиціонування та стратегії підприємства. Розрізняють наступні ролі категорій, такі як (табл. 1):

– Destination («основний пункт призначення») – товари, завдяки яким проводиться вибір певного

магазину для здійснення покупок, мають найбільшу цінність для підприємства;

- Routine («поточний товар») – товари, що користуються значним попитом серед споживачів та сприяють позиціонуванню магазину як такого, що має високу споживчу цінність для покупців;
- Seasonal («сезонний товар») – товари, що користуються значним попитом серед споживачів у певний сезонний період та сприяють позиціонуванню магазину як такого, що має високу споживчу цінність для покупців;
- Convenience («корисний або доцільний товар») – товари, що позиціюють підприємство, як таке, що спроможне надати повний сервіс та задовольнити широке коло потреб клієнтів (табл. 1) [1, с. 6; 5].

Таблиця 1. Ключові ролі категорій

Category role	Category role objectives
Destination	To be the primary category provider and help define the retailer as the store of choice by delivering consistent, superior target customer value.
Routine	To be one of the preferred category providers and help develop the retailer as the store of choice by delivering frequent, competitive target consumer value.
Seasonal	To be a major category provider, help reinforce the retailer as the store of choice by delivering frequent, competitive target consumer value.
Convenience	To be a category provider and help reinforce the retailer as the full service store of choice by delivering good target consumer value.

Для прикладу проведемо розподіл ролей за категоріями у торгівельній компанії «Metro Cash&Carry Ukraine» (рис. 3). Виділимо 4 ролі:

TRAFFIC		POWER		Hero categories
Instore butchery	Dairy products	Processed meat		Cosmetics
Frozen meat	Basic dry groceries	Cheese		Disposable household
Frozen products		Chocolate & sweets		Fresh meat
FreshFish		Coffee		Detergents & cleaners
Fruits and Vegetables		Tea		
		Household		
		Spirits		
		Beer & softdrinks		
		Wines		
		Stationary		
OPPORTUNISTIC		ESSENTIAL		
Flowers & plants	IT hardware & telecom	Delikatessen	Underwear & socks	
Frozen fish	Brown goods	Instore bakery	Brown goods access	
Tobacco	White goods	Cakes & Biscuits	Small elect. appliances	
Sports good	Seasonal goods*	Vinegar, salt & seasonings	Seasonal elect.	
Shoes	Toys	Breakfast articles	Appliances	
Children's wear	Other home decoration	Salty snacks	IT consumables	
Luggage	DIY tools & machinery	Baby food	Office chairs	
Books & magazines	DIY Drive-in	Baby care	Home textile	
Office furniture & machines	Gastro & trade equipment	Pet food	Men's wear	
		Bread	Ladies' wear	
		Sauces	Consumables DIY	
			Canned Goods	

Рис. 3. Ролі категорій на прикладі торгівельної компанії «Metro Cash & Carry Ukraine»

Traffic («рух») products – це сукупність товарів, що користуються попитом серед споживачів та приносять дохід компанії. Основними категоріями цієї групи є: м'ясні вироби власного виробництва, заморожені продукти, молочні продукти.

Power / Hero products – товари, за якими споживачі обирають для закупки визначений магазин, користуються найбільшим попитом та дають найбільші прибутки. До таких категорій належать: ковбасні вироби, сир, кондитерські вироби, кавові та чайні напої, господарчі товари, пиво, вино тощо. Серед них виділяють категорію Hero («герой») – це косметика або побутова хімія, свіже м'ясо.

Opportunistic products («вигідний»): Квіти та рослини, заморожена риба, тютюн, спортивні товари, одяг для дітей, побутова техніка, сезонні товари, іграшки.

Essential products («необхідні») – товари, що повинні бути у продажу для дотримання концепції компанії у задоволенні широкого спектра потреб клієнтів. Сюди належать: хліб, випічка, їжа для дітей, їжа для тварин, нижня білизна, одяг для чоловіків та жінок тощо (рис. 3).

Після визначення категорій та їх ролей постає задача

у забезпеченні їх досягнення завдяки формуванню категорійних стратегій. Розрізняють такі, як:

- Traffic building (встановлення шляху до магазину) – спрямована на заохочення клієнтів прийти до магазину та здійснити заплановані та імпульсивні покупки.
- Transaction building (здійснення покупок) – підвищує середній рівень покупок певної категорії.
- Profit generating (збільшення прибутку) – зростання продажів продуктів з більшою маржею
- Share protecting (збереження частки ринку) – збереження поточної частки ринку та обороту в умовах зростаючої конкуренції.
- Excitement creating (задоволення потреб покупців) – пропозиція модних та інноваційних товарів, що відповідають уподобанням споживачів.
- Image enhancing (підвищення іміджу компанії) – створення образу компанії відповідно до цілей споживачів: цінова політика, сервіс, якість, асортимент [5].

По-четверте, проводиться визначення відповідної тактики, реалізація запланованих дій та аналіз результатів. Цей етап містить:

1. Утворення повного внутрішнього та зовнішнього огляду маркетингового середовища.
2. Підготовку плану дій відповідно до вибраних стратегій.

3. Виконання запланованих заходів.
 4. Оцінку результатів та їх покращення.
- Поєднаємо описані вище заходи у єдиний механізм упровадження системи категорійного менеджменту на підприємстві (рис. 4).

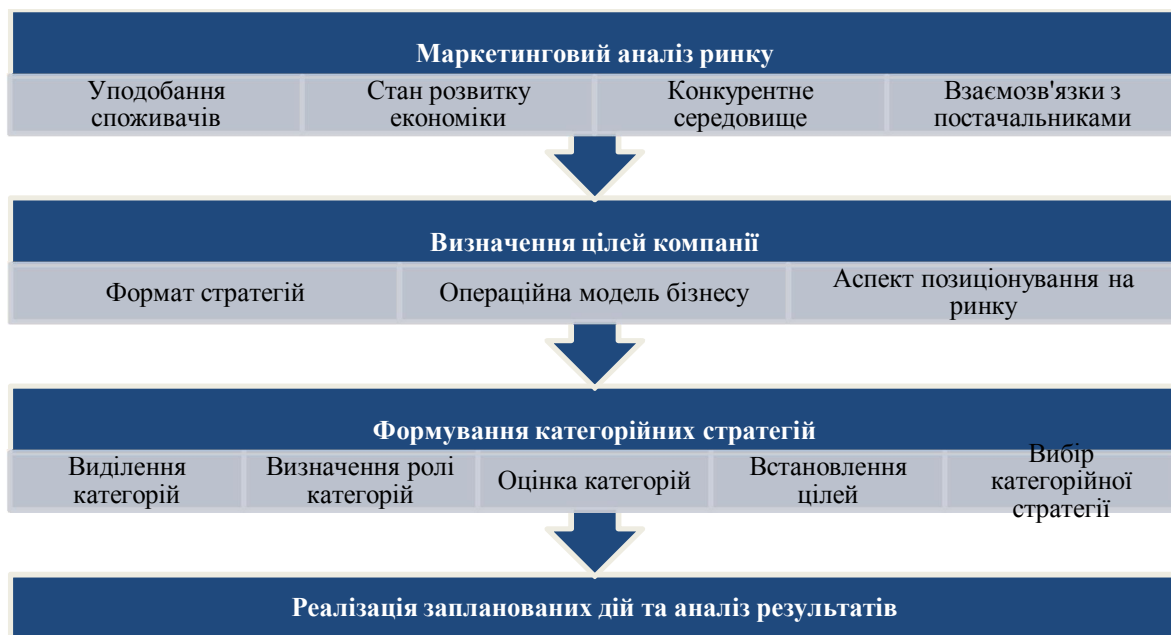


Рис. 4. Механізм упровадження категорійного менеджменту на підприємстві

Виконання цієї послідовності заходів у процесі впровадження категорійного менеджменту дозволить мінімізувати перешкоди, такі, як нестабільні частки ринку та рівні товарооборотів вітчизняних підприємств, ненадійні відносини з постачальниками, відсутність повної інформації про середовище, порушення ознак цілісності, системності та взаємоузгодження дій всередині організації [2; 7]. При цьому забезпечить максимізацію вигод, отриманих від упровадження категорійного менеджменту на підприємстві:

- оптимізація ланцюга поставок продукції від виробника до кінцевого споживача через торгову мережу;
- підвищення ефективності діяльності компанії завдяки утворенню нової організаційної структури та введенню посади категорійного менеджера;
- уникнення внутрішніх конфліктів та досягнення визначених цілей компанії;
- зростання прибутковості бізнесу через максимальне задоволення потреб клієнтів завдяки відповідності продукції їх уподобанням та підтримці оптимального рівня товарного запасу;
- отримання вагомих конкурентних переваг на ринку завдяки кращій пропозиції товарів за вигідними цінами;
- економія засобів завдяки поглибленій кооперації між постачальником і роздрібним продавцем.

Новою концепцією, яка з'являється на початку 90-х років, стає категорійний менеджмент – процес управління торговельним підприємством, коли кожна категорія товару існує як окрема бізнес-одинаця, що має за ціль максимальне задоволення потреб споживачів та зростання ефективності співробітництва між виробником і роздрібним продавцем. Він заснований на принципах відповідності товарного асортименту

особливостям попиту населення з метою найбільш повного його задоволення, забезпечення постійної наявності у продажу стійкого товарного асортименту відповідно до попиту населення, максимальному наближенню до покупців товарів повсякденного попиту. Впровадження категорійного менеджменту на підприємствах роздрібної торгівлі здійснюється за наступним алгоритмом або послідовністю дій. Першим етапом є маркетинговий аналіз ринку, другим – формування цілей компанії, третім – визначення категорійних стратегій на підприємстві та на останньому етапі проводиться визначення відповідної тактики, реалізація запланованих дій та аналіз результатів. Система категорійного менеджменту дозволяє оптимізувати ланцюг поставок продукції від виробника до кінцевого споживача серед торгової мережі, підвищити ефективність діяльності компанії завдяки утворенню нової організаційної структури та введенням посади категорійного менеджера, уникнути внутрішніх конфліктів та досягти визначених цілей компанії.

Саме тому дедалі більше компаній сьогодні віддають перевагу категорійному менеджменту як одному із найбільш ефективних способів організації прибуткової діяльності торговельних мереж в умовах постійної зміни зовнішнього середовища, переходу від «ринку продавця» до «ринку покупця». Проте цей процес є доволі непростим для впровадження на вітчизняних підприємствах, адже потребує комплексного охоплення практично всіх сторін діяльності підприємства та внесення змін в організаційну структуру підприємства, в розподіл обов'язків між співробітниками підприємства, в відносини із постачальниками та систему отримання інформації про стан маркетингового середовища. Однак використання наведеної вище послідовності впровадження категорійного

менеджменту на підприємствах роздрібно́ї торгівлі запланованих цілей та результатів в компанії. дозволить більш ефективно та успішно досягти

Список літератури

1. *Claudia Carr. Retail | Category Management. Effective day-to-day category management / Claudia Carr, Stephen Coy – 2011 BearingPoint.*
2. Барановский В. Выгоды и недостатки категорийного менеджмента [Електронний ресурс] / В. Барановский // Портал «Укрлогист». – Режим доступу: <http://www.ukrlogist.com/article/upravlenie-zapasami/upravlenieraspredeleniem/> 317. – Загл. з екрану.
3. Височин І. В. Сучасне методичне забезпечення аналізу товарообороту підприємств роздрібно́ї торгівлі [Текст] / І. В. Височин // ІННОВАЦІЙНА ЕКОНОМІКА Всеукраїнський науково-виробничий журнал, 2010. – № 4. – С. 88-98
4. Гонский М. Внедрение системы категорийного менеджмента в розничных торговых сетях [Електронний ресурс] / М. Гонский // Портал «Лаборатория ритейла Украины». – Режим доступу:<http://allretail.com.ua/analytics/articles/24194-vnedrenie-sistemy-kategorijnogo-managementsa-v-riteyle>. – Загл. з екрану.
5. Гончаров И. Определение ролей категорий товара [Електронний ресурс] / И. Гончаров // Портал «Аналитика в торговле». – Режим доступу: <http://tor.in.ua/categ.html>. – Загл. з екрану.
6. Гросул В. А. Управління торговим простором у системі управління товарними категоріями [Текст] / В. А. Гросул // Торговля і ринок України : темат. зб. наук. пр. Вип. 30, т. 2 / Голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – С. 127-133.
7. Гурова Н. Категорийный менеджмент: новая технология управления [Електронний ресурс] / Н. Гурова // Портал «Klubok.net – управление качеством». – Режим доступу: <http://www.klubok.net/reviews125.html>. – Загл. з екрану.
8. Кузнецова С. О. Обліково-аналітичне забезпечення центрів відповідальності прибутку торговельної діяльності за умов трансфертного ціноутворення [Текст] / С. О. Кузнецова // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. Економічні науки: збірник наукових праць. Вип. 4 (17). – Чернівці: Золоті литаври, 2009. – 366 с. с.291-299
9. Сидоров Д. В. Розничные сети. Секреты эффективности и типичные ошибки при работе с ними [Текст] / Д. В. Сидоров. – Москва: Вершина, 2007. – 320 с.: ил., табл.
10. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям [Текст] / В. Снегирева. – СПб.: Питер, 2007.- 416 с.
11. Сысоева С. В. Категорийный менеджмент. Курс управления ассортиментом в рознице (+CD) [Текст] / С. В. Сысоева, Е. А. Бузукова – СПб.: Питер, 2011. – 288 с. – (Серия «Розничная торговля»).

РЕЗЮМЕ

Хваль Юлия

Внедрение категорийного менеджмента на предприятиях розничной торговли

В данной статье выяснена сущность и процесс формирования категорийного менеджмента. Определены его основные предпосылки и принципы. На основе этих данных разработан механизм его внедрения на предприятиях розничной торговли.

RESUME

Khval Yulia

The implementation of the category management in retail industries

The essence and the process of formation of category management are defined in the article. The basic conditions and principles are formulated in the article. On the basis of these data there has been worked out the mechanism for successful implementation of the category management in retail industries.

Стаття надійшла до редакції 03.02.2013 р.

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОМПЕНСАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ

У статті обґрунтовано необхідність дослідження ефективної компенсаційної політики. Визначено концептуальні положення, що розкривають її сутність, суб'єктів та механізм формування останньої.

Ключові слова: компенсації, компенсаційний пакет, політика, компенсаційна політика, механізм формування компенсаційної політики

Низький рівень мотивації персоналу в умовах посилення конкуренції, нестійкого фінансового стану, постійних кризових явищ є реальною загрозою для багатьох підприємств. З огляду на це теоретичні та прикладні аспекти мотивації персоналу за рахунок формування ефективної, конкурентної компенсаційної політики набувають важливого значення.

Питання сутності та ролі компенсаційної політики в системі управління винагородою досліджували вчені І. Алєв, М. Армстронг, М. Артамонова, С. Бабін, Л. Бабініна, Н. Горєлов, І. П. Поварич, Т. Стівенс, В. Щукін та ін.

За результатами проведеного нами аналізу наукових праць можемо зробити висновок, що простежується брак теоретико-методологічних досліджень не лише понять «компенсації», «система компенсацій», «компенсаційний пакет», а й поняття «компенсаційна політика». Часто вчені й дослідники системи компенсацій і винагороди вживають поняття «компенсаційна політика», не з'ясовуючи її сутності та змісту. Аналіз також показав, що є спроби окремих авторів розкрити сутність цього поняття. Проте автори зазвичай розглядають компенсаційну політику поверхово, однобічно, не розкривають механізму її формування та реалізації.

М. В. Артамонова зазначає, що компенсаційна політика є інструментом регулювання системи компенсацій (системи стимулювання). Вона визначає межі системи компенсацій, завдяки яким стає можливим розроблення різних процедур і механізмів: формування базових окладів, фонду оплати праці тощо [1, с. 23].

На нашу думку, таке трактування не розкриває ані сутності та змісту компенсаційної політики, ані механізму її формування. Фактично автор визначає компенсаційну політику як інструмент, хоча політику прийнято розглядати як сукупність засобів і методів. Це означає, що жоден із засобів чи методів відособлено від решти не може бути використаний для конструювання ефективної системи компенсацій.

Згідно з підходом російського дослідника А. Соснового, компенсаційна політика є системою зовнішніх винагород найманому працівникові за результати його праці на підприємстві [9]. У такій інтерпретації компенсаційна політика тотожна компенсаційному пакету, що, на нашу думку, методологічно неправильно, оскільки «компенсаційна політика» і «компенсаційний пакет» є різними поняттями.

Згідно з підходом російських учених І. П. Поварича та С. А. Бабіна особливості компенсаційної політики організації як полісистемної діяльності реалізуються через ухвалення сукупності стратегічних рішень щодо формування системи зовнішньої винагороди, з огляду на цілі і завдання, що стоять перед організацією, й механізмів їх реалізації [8, с. 121].

Зазначимо, що підхід І. П. Поварича та С. А. Бабіна залишається однобічним, оскільки поняття «компенсаційна політика» має різні виміри й може розглядатися в різних значеннях, а не лише з позицій діяльничого підходу. Крім того, вчені акцентують увагу лише на одному напрямі реалізації політики – ухваленні рішень. На нашу думку, компенсаційна політика є багатовекторною й не обмежується одним напрямом реалізації.

Діяльничого підходу додержується також і російська дослідниця Л. Бабініна, яка визначає компенсаційну політику як системну цільову діяльність суб'єкта управління щодо прогнозування, розроблення, запровадження, використання та коригування системи зовнішніх і внутрішніх винагород з урахуванням факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, у якому функціонує організація [2, с. 16].

Метою роботи є дослідження сутності поняття «компенсаційна політика» та розкриття механізму її формування.

Поняття «політика» має різні виміри та сфери наукового і практичного застосування. Існують різні дефініції цього поняття. Наведемо окремі з них:

- *діяльність*, що розкриває ставлення до чогось чи когось; *наука*, що містить теоретичні напрацювання, різні політичні документи та методологічні основи політики; *мистецтво* (мистецтво управління, здійснення влади) [4];
- *образ, спосіб дій*, спрямованих на досягнення чогось, небудь, що визначає стосунки з людьми [3, с. 708];
- *діяльність* органів державної влади та державного управління, яка відображає суспільний лад та економічну структуру країни, діяльність партій та інших організацій, суспільних угруповань, що визначається їх інтересами і цілями [10, с. 260];
- загальне *керівництво* для дій та прийняття рішень, які забезпечують досягнення цілей [5, с. 288].

Виходячи зі змісту поняття «політика» та ураховуючи специфіку понять «компенсації» та «система компенсації», сформулюємо концептуальні положення, що розкривають зміст поняття

«компенсаційна політика».

По-перше, оскільки поняття «система компенсацій» використовується у сфері соціально-трудова відносин і характеризує виплати, винагороди, заохочення і блага, що їх надають роботодавці найманим працівникам, то цілком логічно, що компенсаційна політика є швидше *мікроекономічною* категорією. Разом з тим формування системи компенсацій є багаторівневим механізмом визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання найманим працівникам, хоча і здійснюється роботодавцем або вповноваженим органом, проте існують певні «рамкові» умови цього процесу і роботодавець не має права їх порушувати. У зв'язку з цим компенсаційна політика не лише розробляється на рівні підприємства. Її концептуальні основи закладаються на державному, галузевому та регіональному рівнях, тому компенсаційна політика є не лише мікроекономічною категорією, але й *макро-* та *мезоекономічною*.

По-друге, як мікроекономічна категорія компенсаційна політика є складовою політики управління персоналом і корпоративної політики підприємства. У зв'язку з цим компенсаційна політика має бути не лише спрямованою на забезпечення виплати найманим працівникам справедливої, гідної винагороди, а й сприяти досягненню корпоративних цілей підприємства.

Компенсаційна політика є також складовою соціально-економічної політики держави, галузі, регіону й має сприяти поліпшенню матеріального добробуту та соціального забезпечення найманих працівників загалом по країні, у відповідному виді економічної діяльності/галузі, регіоні, а також визначати концептуальні засади для розроблення справедливої, прозорої, ефективної компенсаційної політики на підприємствах, в організаціях та установах, зокрема й в бюджетному секторі економіки.

По-третє, компенсаційна політика є фундаментом для розроблення системи компенсацій та ухвалення рішень щодо формування їхнього набору, визначення розміру та порядку надання найманим працівникам. У зв'язку з цим компенсаційну політику можна розглядати як *базис* для формування системи компенсацій.

По-четверте, поняття «компенсаційна політика» є багатоаспектним. Сформулюємо визначення поняття «компенсаційна політика»:

1) це *діяльність* різних суб'єктів управління (на різних рівнях) стосовно розроблення та (або) реалізації положень щодо надання найманим працівникам компенсацій з метою досягнення певних цілей і вирішення відповідних завдань;

2) сукупність певних *правил, норм* (зокрема й законодавчих), *положень, інструкцій* стосовно діяльності різних суб'єктів управління (на різних рівнях), зокрема ухвалення рішень, щодо визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання найманим працівникам;

3) сукупність *засобів, інструментів, методів і процедур* для розроблення та реалізації основних положень щодо надання найманим працівникам компенсацій задля досягнення визначених цілей і вирішення відповідних завдань.

По-п'яте, з позицій інституціоналізму компенсаційна політика є *системою правил* (формальних і неформальних), які визначають *поведінку* різних суб'єктів управління щодо реалізації певних принципів,

засад, норм і положень і *взаємовідносини* найманого працівника й роботодавця з приводу визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання найманому працівникові за виконання ним функцій та обов'язків відповідної складності у відповідних умовах праці, що потребує певного рівня кваліфікації та компетенцій, індивідуальні результати праці, лояльність до підприємства (мірилами якої є стаж роботи на підприємстві, результати праці) тощо.

Перш ніж дослідити механізм формування компенсаційної політики, доцільно з'ясувати сутність дефініції «механізм». Поняття «механізм» переважно використовується як технічний термін. У цьому сенсі його визначають як систему рухомих ланок або деталей, що призначена для передачі чи перетворення (відтворення) руху [6]. Термін «механізм» одержав також поширення в економічній науці. Механізм (у переносному значенні) розглядається як система функціонування будь-чого, сукупність проміжних станів або процесів будь-яких явищ [6].

С. І. Ожегов і Н. Ю. Шведова [крім внутрішньої будови (системи ланок) машини, пристрою, апарату, що приводить їх в дію] дають такі тлумачення поняття «механізм»: система, упорядкування, що визначає порядок певного виду діяльності; послідовність станів, процесів, що визначають певну дію, явище [7].

З наведеного тлумачення в економічній науці цей термін можна розглядати: по-перше, як систему (функціонування будь-чого, сукупність проміжних станів або процесів будь-яких явищ), упорядкування, складну цілісність; по-друге, як безпосередньо процес, послідовність певних дій.

Виходячи з позицій щодо трактування поняття «компенсаційна політика» та ураховуючи сутність в економічній науці терміну «механізм», визначимо поняття «механізм формування компенсаційної політики».

Оскільки досліджуємо механізм *формування компенсаційної політики*, то це економічне явище не можна інтерпретувати як систему. Щодо трактування механізму формування, то очевидно останній можна розглядати лише як процес, послідовність певних дій, зокрема й щодо створення відповідної системи як сукупності взаємопов'язаних елементів (складників).

Отже, механізм формування компенсаційної політики є процесом вироблення (визначення) правил, норм, зокрема й законодавчих, положень, інструкцій, рекомендацій і процедур щодо регламентування діяльності різних суб'єктів управління на різних рівнях, [зокрема й використання ними (суб'єктами) засобів, методів, інструментів] стосовно визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання найманим працівникам з метою досягнення певних цілей і вирішення відповідних завдань.

Окреслимо *концептуальні положення щодо дослідження механізму формування компенсаційної політики*.

По-перше, в основі механізму формування компенсаційної політики лежить сучасне розумінні системи компенсацій та механізму формування ціни робочої сили.

По-друге, механізм формування компенсаційної політики охоплює процес вироблення правил, норм, положень, інструкцій, рекомендацій і процедур щодо регламентування діяльності різних суб'єктів управління стосовно визначення усього набору компенсацій, їх розміру та порядку.

По-третє, механізм формування політики щодо різних компенсацій різняться, оскільки за призначенням, розміром, обов'язковістю, періодичністю виплати/надання, мірою диференціації тощо різні компенсації відрізняються. Насамперед, відмінності має механізм формування політики щодо базового пакета компенсацій (що містить винагороди обов'язкового характеру) і тієї частини розширеного пакета компенсацій, що надається найманому працівникові понад базовий.

По-четверте, механізм формування компенсаційної політики на різних рівнях (державному, галузевому, регіональному, підприємства та організації, особистісному) теж має певні відмінності.

По-п'яте, на процес формування компенсаційної політики на підприємстві впливають різні чинники: норми трудового законодавства; розвиток інститутів соціального партнерства; специфіка підприємства; кон'юнктура ринку праці; компенсаційна політика підприємств-конкурентів; фінансові можливості підприємства; потреби найманих працівників та ін.

Суб'єктами формування компенсаційної політики виступають:

- державні інститути (усі органи державної влади, зокрема Президент України, Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, профільні міністерства й відомства);
- інститути соціального партнерства (суб'єкти і сторони соціально-трудоких відносин, зокрема профспілкові організації, організації роботодавців);
- наукові інститути (науково-дослідні заклади та установи, які досліджують ситуацію, що склалася у сфері компенсаційної політики, та формують на цій основі пропозиції щодо її удосконалення, розробляють науково-методичні, рекомендаційні та інструкційні матеріали щодо визначення розміру та порядку надання найманим працівникам різних виплат, винагород, заохочень і благ);
- власники підприємств, уповноважені ними органи, керівники різних структурних підрозділів, співробітники підрозділів, яким делеговані повноваження щодо розроблення компенсаційної політики (приміром, служби персоналу, відділу організації праці та заробітної плати, фінансового відділу тощо);
- консалтингові компанії чи незалежні консультанти, яких залучають роботодавці та керівники підприємств для моніторингу та (або) розроблення компенсаційної політики чи окремих її складових (приміром, проектування основної заробітної плати з використанням процедури грейдування), а також проведення ринкових оглядів компенсаційних пакетів.

Що стосується реалізації компенсаційної політики, то її суб'єктами виступають:

- державні інститути;
- інститути соціального партнерства;
- власники підприємств, уповноважені ними органи, керівники різних структурних підрозділів, співробітники підрозділів, яким делеговані повноваження щодо реалізації компенсаційної політики (служби персоналу, відділу організації праці та заробітної плати, відділу соціального розвитку, фінансового відділу, бухгалтерії та ін.);
- аутсорсингові компанії, яким роботодавці та керівники, передають на аутсорсинг функції щодо реалізації компенсаційної політики чи окремих лише

складових (приміром, нарахування та виплати заробітної плати).

Схематично механізм формування компенсаційної політики зображено на рис. 1.

Механізм формування компенсаційної політики містить такі складові:

1) ухвалення нормативно-правових документів державними інститутами: законів, положень, правил, інструкцій, довідників, затверджених постановами, указами й розпорядженнями Верховної Ради України, Президента України, Кабінету Міністрів України, інших органів державного управління;

2) укладання колективних угод та договорів інститутами соціального партнерства на різних рівнях;

3) прийняття (ухвалення, затвердження) внутрішніх нормативних актів на підприємствах (положення про оплату праці, преміювання, положення щодо одноразових заохочень, штатний розпис тощо);

4) розроблення науковими інститутами (науково-дослідницькими закладами, установами, науковцями) науково-методичних, рекомендаційних, довідкових та інструкційних матеріалів щодо визначення розміру та порядку надання найманим працівникам різних виплат, винагород, заохочень і благ;

5) розроблення консалтинговими компаніями чи незалежними консультантами, яких залучають власники та керівники підприємств, рекомендацій щодо визначення розміру та порядку надання найманим працівникам різних винагород;

6) проведення консалтинговими компаніями ринкових оглядів компенсаційних пакетів та підготовка відповідних звітів та ін.

Державні інститути більшою мірою впливають на формування компенсаційної політики щодо базового пакета компенсацій: основної заробітної плати шляхом установлення мінімальної заробітної плати, доплат і надбавок до тарифних ставок і посадових окладів, гарантій і компенсацій шляхом установлення державних, зазвичай мінімальних, норм і гарантій щодо відповідних виплат і винагород, що дає змогу роботодавцям (одноосібно чи через систему соціального партнерства) встановлювати вищі розміри відповідних доплат і надбавок, гарантій і компенсацій чи доповнювати їх перелік новими.

Міра державного впливу посилюється на підприємствах, в установах і організаціях, що фінансуються чи дотуються з бюджету. На таких підприємствах держава розробляє тарифні умови оплати праці, встановлює перелік і розміри (причому часто не лише мінімальні, а й максимальні) доплат і надбавок, гарантій і компенсацій. Державні інститути також беруть участь у формуванні компенсаційної політики через систему соціального партнерства.

За ринкової економіки одним з найефективніших інструментів механізму формування компенсаційної політики є система соціального партнерства. Система соціального партнерства забезпечує узгодження інтересів основних сторін соціально-трудоких відносин та досягнення соціальної злагоди. Соціальне партнерство є дієвим засобом реалізації компенсаційної політики, зниження вірогідності виникнення та гостроти соціальних конфліктів.

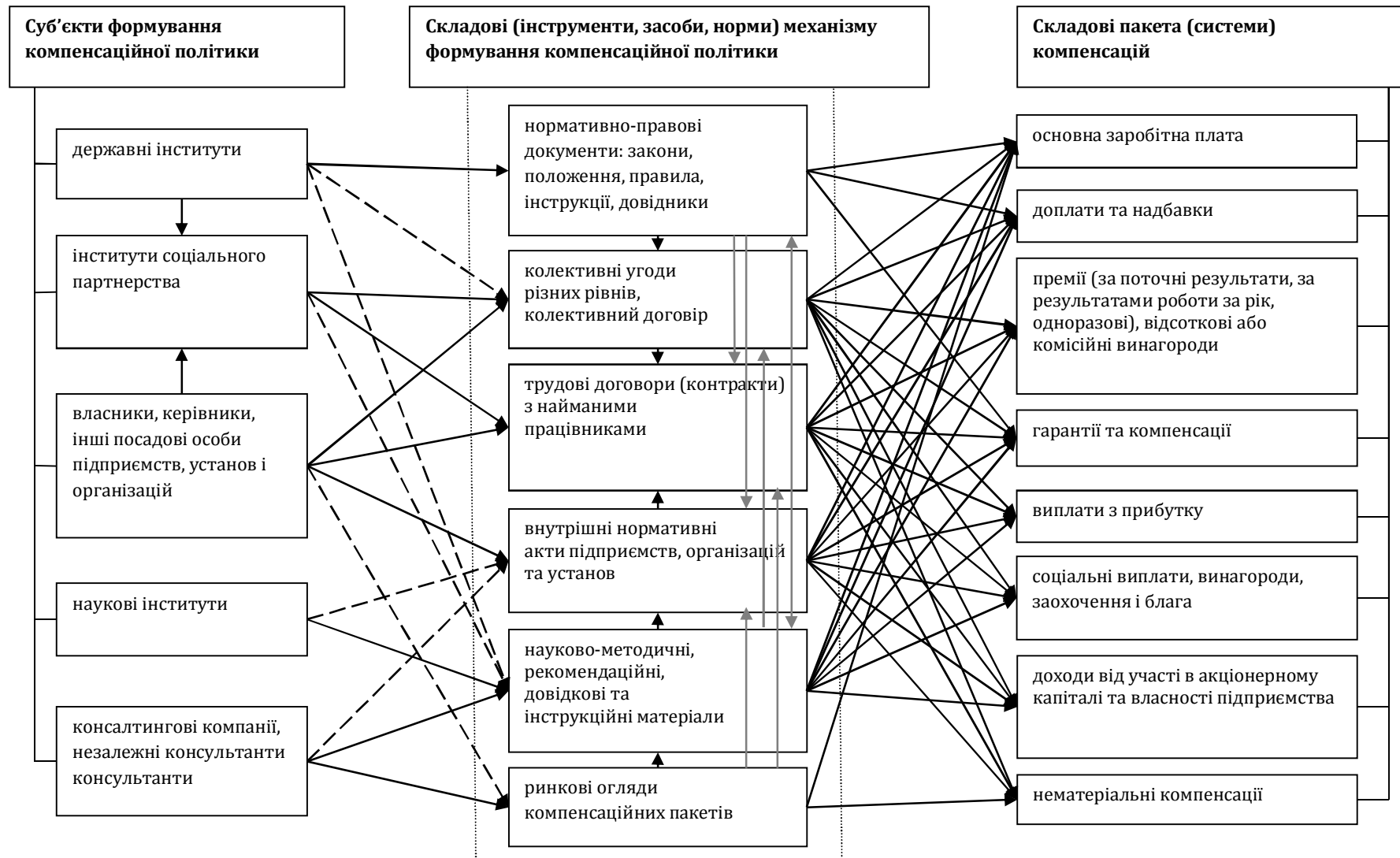


Рис. 1. Механізм формування компенсаційної політики

Системою соціального партнерства можуть бути вирішені майже усі питання щодо визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання найманим працівникам, що має знаходити своє відображення в колективних угодах різних рівнів, колективних договорах і трудових договорах на рівні підприємства.

Що більша міра впливу держави на механізм формування компенсаційної політики на підприємстві, в організації, установі, то слабший вплив інститутів соціального партнерства.

Власники, керівники підприємств, установ і організацій можуть *одноосібно формувати компенсаційну політику* (з урахуванням норм, інструментів, засобів, вироблених іншими суб'єктами формування компенсаційної політики) або через інститути соціального партнерства. Що більший рівень розвитку інститутів соціального партнерства, то знижується вірогідність одноосібного формування компенсаційної політики власниками та керівниками. Основні положення щодо визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання найманим працівникам мають бути регламентовані колективними угодами й договорами та нормативними актами підприємства.

Питання щодо визначення набору компенсацій, їх розміру та порядку надання конкретним працівникам мають бути відображені у *трудових договорах (контрактах)*. Під час укладання трудових договорів (контрактів) мають бути враховані законодавчі норми, положення, визначені колективними угодами і договорами вищих рівнів, внутрішніми нормативними актами підприємства.

Важливу роль у формуванні ефективної компенсаційної політики відіграє розвиток науки та консалтингових послуг. Науковці та фахівці консалтингових компаній займаються розробленням науково-методичних, рекомендаційних, довідкових та інструкційних матеріалів щодо проектування різних складових компенсаційного пакета. Зазначені матеріали можуть стосуватися практично усіх складових системи компенсацій.

Щодо участі наукових інститутів і консалтингових компаній у механізмі формуванні компенсаційної політики, то тут потрібно зробити деякі зауваження. Наукові інститути та консалтингові компанії безпосередньо не визначають правила, норми, положення, інструкції, рекомендації і процедури, що регламентують діяльність тих чи інших суб'єктів. Практично їхній вплив на формування компенсаційної політики опосередкований, оскільки інші суб'єкти (державні інститути, інститути соціального партнерства, власники, керівники та ін.) використовують науково-методичні, рекомендаційні, довідкові та інструкційні матеріали (розроблені науковими інститутами та консалтинговими компаніями) у процесі вироблення правил, норм, положень, інструкцій тощо.

Разом з тим *безпосереднє* чи *опосередковане* (через

використання відповідних науково-методичних, рекомендаційних, довідкових, інструкційних матеріалів) *залучення наукових інститутів і консалтингових компаній до процесу розроблення нормативно-правових документів, колективних угод і договорів, внутрішніх нормативних актів підприємств суттєво може сприяти підвищенню ефективності компенсаційної політики на різних рівнях.*

Досліджуючи питання формування компенсаційної політики, варто визначити вплив кон'юнктури ринку праці (ринкової компоненти) на ці процеси. Згідно зі схематичним зображенням механізму формування компенсаційної політики (див. рис. 1) в переліку суб'єктів формування компенсаційної політики ринкова компонента відсутня. Як економічна категорія, ринок є сукупністю відносин, що виникають у зв'язку з купівлею-продажем товарів, тому «відносини» не можуть бути суб'єктом формування компенсаційної політики. Не може виступати суб'єктом формування й кон'юнктура ринку праці як співвідношення попиту і пропозиції праці (робочої сили) на цей період, яке визначає ставки заробітної плати на конкретні види праці (роботи, професії, посади).

Кон'юнктура ринку праці є чинником, що впливає на ціну робочої сили, а відтак і на розмір певних виплат і винагород. Разом з тим кон'юнктура ринку праці не єдиний і не завжди основний чинник, що впливає на розмір певних виплат і винагород. Представники однакових категорій і професійних груп можуть одержувати різні за набором виплат, винагород, заохочень і благ та їх розміром пакети компенсацій, що залежить від рівня розвитку професійно значущих компетенцій у працівників, досвіду, мотивації, і, як наслідок, результативності праці. Не останню роль відіграють фінансові можливості підприємства, його стратегія і політика у сфері управління персоналом тощо.

Теоретичні та прикладні аспекти формування ефективної компенсаційної політики набувають важливого значення в умовах посилення конкуренції, нестійкого фінансового стану, постійних кризових явищ. Механізм формування компенсаційної політики є складним багаторівневим процесом, в основі якого лежить сучасне розумінні системи компенсацій та механізму формування ціни робочої сили. Важливу роль у забезпеченні ефективного формування компенсаційної політики відіграють інститути соціального партнерства, наукові інститути та консалтингові компанії.

Подальші дослідження системи компенсацій та компенсаційної політики мають розвиватися у напрямі аналізу та оцінки компенсаційної політики на різних рівнях, виявлення проблем та розроблення рекомендацій з метою підвищення її ефективності, надання найманим працівникам конкурентного, збалансованого за структурою, адекватного затracеним зусиллям компенсаційного пакета відповідно до їхніх домінуючих потреб та інтересів.

Список літератури

1. Артамонова М. В. *Компенсаційна політика сучасної компанії* / М. В. Артамонова [Текст] // *Формування ринкової економіки : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана»*; [відп. ред. О. О. Беляєв]; спец. вип., Том 3. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*, 2010, С. 22–36.
2. Бабынина Л. С. *Компенсаційна модель оплати праці: теорія, методологія і корпоративний досвід* : автореф. дис. на соискание учен. степени докт. экон. наук : спец. 08.00.05 «Економіка і управління народним господарством (економіка праці)» / Л. С. Бабынина. – М., 2012. – 55 с.
3. *Большой экономический словарь* [Текст] / под ред. А. Н. Азриляна. – М. : Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
4. Гусарова М. С. *Терминологический хаос: кадровая политика и стратегия управления персоналом* / М. С. Гусарова. // *Креативная*

экономика. – 2008. – № 6 (18). – С. 65–79. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/2970/>. – Дата посещения: 20.08.2012.

5. Мескон М. Х. Основы менеджмента [Текст] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : Дело, 1997. – 704 с.
6. Механізм (значення) // Вікіпедія : вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC_\(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC_(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F)). – Дата відвідування: 20.11.2012 р.
7. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка (онлайн версия) // С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ozhegov-term-15467.htm>. – Дата посещения: 20.11.2012.
8. Поварич И. П. Основные понятия и структура компенсационной политики организации [Текст] / И. П. Поварич, С. А. Бабин. // Вестник Томского государственного университета. – 2010. – Май (№ 334). – С. 119–124.
9. Сосновы́й А. П. Компенсационный пакет: содержание, структура, особенности создания / А. П. Сосновы́й // Московский психологический журнал. – 2004. – №8. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://magazine.mospsy.ru/nomer8/s13.shtml#2>. – Дата посещения: 20.09.2012.
10. Управление персоналом: Энциклопедический словарь [Текст] / [А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, И. Е. Ворожейкин и др.] ; под. ред. А. Я. Кибанова. – М. : ИНФРА-М, 1998. – 453 с.

РЕЗЮМЕ

Цимбалюк Светлана

Механизм формирования компенсационной политики: теоретико-методологические аспекты

В статье обоснована необходимость исследования эффективной компенсационной политики. Определены концептуальные положения, раскрывающие ее сущность, субъекты и механизм формирования последней.

RESUME

Tsybalyuk Svitlana

The mechanism of formation of compensation policy: theoretical and methodological aspects

The necessity of research and formation of effective compensation policy is substantiated in the article. The conceptual principles that disclose the essence of the compensation policy are determined. The subjects of formation of compensation policy are defined. The mechanism of formation of compensation policy is revealed.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2013 р.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ КОМПЛЕКС КОНТРОЛІНГУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ АВТОСЕРВІСУ

У статті розглянуто основні наукові підходи до визначення переліку елементів механізму контролінгу в управлінні підприємствами, їх змісту і послідовності реалізації. Запропоновано тривимірну модель організаційно-методичного комплексу останнього на підприємстві автосервісу, яка має три ракурси: центри фінансової відповідальності; елементи управління; завдання управління. Ця модель характеризує розвиненість організаційно-методичного комплексу контролінгу, комплексність застосування його інструментів, а також повноту вирішення проблем керованості підприємства автосервісу.

Ключові слова: контролінг, організаційно-методичний комплекс, підприємство автосервісу, якість управлінських рішень, ефективність системи управління.

Зростання негативного впливу світової економічної кризи та загострення внутрішніх дестабілізуючих факторів є своєрідним тестуванням на життєздатність підприємств автосервісу в умовах кризових явищ. Відповідно випробуванням піддаються не лише підприємства, а й усі компоненти управлінської системи. Відчутний вплив кризи на більшість українських підприємств автосервісу зумовлений використанням ними загальновідомих і звичних методів планування та управління, неефективність або відсутність стратегічного аспекту управління – взаємозв'язку бюджетування та планування. Удосконалення управління шляхом впровадження цілісної системи контролінгу сприятиме покращенню показників фінансово-господарської діяльності підприємств автосервісу.

Проблеми розробки й удосконалення контролінгового механізму в системі управління підприємством висвітлюються в численних працях зарубіжних та вітчизняних науковців, серед яких Й. Вебер, О. М. Деменіна, А. М. Кармінський, Х.-Ю. Кюппер, Е. Майєр, Р. Манн, Н. І. Оленєв, Е. Л. Попченко, А. Г. Приймак, М. С. Пушкар, Л. А. Сухарева, М. В. Тарасюк, С. Г. Фалько, Х. Й. Фольмут, Д. Хан, Д. Шнайдер, Н. П. Шульга та інші.

Мета статті – визначення складових елементів організаційно-методичного комплексу контролінгу та особливостей його функціонування в системі управління підприємствами автосервісу на основі дослідження сучасних наукових підходів.

Серед фахівців немає єдиної думки щодо визначення переліку основних елементів механізму контролінгу в управлінні підприємствами, їх змісту і послідовності реалізації.

Деякі дослідники розглядають організаційно-економічний механізм винятково оперативного контролінгу, залишаючи поза увагою стратегічний і тактичний. Під організаційно-економічним механізмом оперативного контролінгу вони розуміють сукупність його методів та інструментів, що призначена для досягнення оперативних цілей підприємства шляхом координації основних процесів оперативної діяльності підприємства (ціноутворення, планування, організація, облік, контроль та аналіз). До складових організаційно-економічного механізму оперативного контролінгу

автори зараховують: інформаційне забезпечення оперативного контролінгу (сукупність інформаційних потоків, що забезпечують безперервне функціонування процесу оперативного контролінгу); матеріально-технічне забезпечення оперативного контролінгу (засоби, що забезпечують виконання необхідних операцій щодо збирання, обліку, обробки, зберігання та передавання інформації в системі оперативного контролінгу); методичне забезпечення оперативного контролінгу (сукупність методів оперативного планування, організації, обліку, контролю, аналізу та регулювання в межах системи контролінгу); кадрове забезпечення оперативного контролінгу, а також систему розподілу його задач і функцій між підрозділами підприємства; механізм оцінки ефективності системи та окремих управлінських рішень у ній; конкретні інструменти оперативного контролінгу (система показників, яка відображає цілі та обмеження системи оперативного управління). Дослідники зазначають, що необхідною інформаційно-методичною базою організаційно-економічного механізму оперативного контролінгу є система бюджетування, яка за допомогою ієрархії взаємопов'язаних бюджетів відображає його систему показників [1].

Інші дослідники на основі процесного підходу до управління суб'єктами господарювання пропонують наступний алгоритм контролінгу: визначення відхилення між фактичними і плановими (нормативними) показниками, проведення аналізу відхилень та коригування [2], а також встановлення ступеня впливу відхилень на рентабельність і платоспроможність [3, 4].

У своїй праці, присвяченій проблемі контролінгу витрат, Н. М. Кофорова [5] визначає такі ключові елементи блок-схеми функціонування контролінгу в управлінні суб'єктами господарювання: формування планових показників діяльності, порівняння фактичних та планових показників, аналіз виявлених відхилень, дослідження їх причин, здійснення коригуючих дій, внесення змін до нормативних показників діяльності з урахуванням реальних умов господарювання. Отже, дослідниця досить логічно та послідовно розмістила елементи механізму контролінгу, що заслуговує на увагу. Проте невдалим є формулювання такого елемента механізму контролінгу, як здійснення

коригуючих дій, оскільки безпосередній управлінський вплив належить до компетенції управління, а контролінг може лише пропонувати варіанти таких дій.

Більш широкий перелік складових механізму контролінгу пропонує О. М. Деменіна [6, 7]. Дослідниця, зокрема, зазначає, що від збалансованості роботи складових контролінгового механізму залежить ефективність контролінгу в управлінні суб'єктами господарювання загалом. На нашу думку, складовими механізму контролінгу є: інформаційне забезпечення, матеріально-технічне забезпечення, методичне забезпечення, кадрове забезпечення, механізм оцінки ефективності системи контролінгу та окремих управлінських рішень, його конкретні інструменти.

Деякі науковці пропонують розпочинати процес реалізації механізму контролінгу в управлінні підприємствами з аналізу їх зовнішнього і внутрішнього середовища. Інші ж елементи алгоритму слід визначати і реалізовувати з урахуванням результатів проведеного аналізу [8; 9].

Вдалим є підхід М. В. Тарасюка [10], який визначає такі елементи механізму контролінгу: аналіз факторів зовнішнього і внутрішнього середовища і оцінка їх впливу на господарську діяльність підприємств; прогнозування впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на майбутню діяльність підприємства в плановому періоді; визначення основних параметрів оцінки діяльності підприємств загалом та його підрозділів; формування інформаційного, методичного та інструментального забезпечення розробки цільових показників діяльності підприємств на плановий період; підтримка процесу визначення системи цільових показників діяльності підприємств, а також її аналіз і оцінка; декомпозиція та формалізація системи цільових показників діяльності підприємства за окремими елементами її фінансової структури; формування інформаційного, методичного та інструментального забезпечення розробки системи планів (бюджетів) підприємства; координація процесу планування та аналізу розробленої системи планів (бюджетів) підприємства; підтримка процесу організації виконання системи планів підприємства, зокрема участь у доведенні планових показників до усіх відповідальних за їх досягнення виконавців; підтримка процесу визначення системи мотивації виконання системи планів підприємства; формування інформаційного, методичного та інструментального забезпечення контролю з боку менеджерів підприємства за підконтрольними їм показниками; внутрішній консалтинг менеджерів усіх рівнів підприємства; моніторинг виконання планових показників підприємства за даними різних інформаційних систем (бухгалтерський, фінансовий, управлінський та статистичний облік), а також за спеціально сформованими масивами інформаційних даних; контроль і аналіз за дотриманням встановлених планових показників діяльності підприємства; виявлення відхилень, їх причин і розробка альтернативних варіантів управлінських рішень; аналіз і оцінка досвіду управління на певних рівнях в усіх підрозділах підприємства; виявлення передового досвіду вирішення окремих управлінських задач та його розповсюдження; а також підготовка внутрішньої

контролінгової звітності.

На основі дослідження сучасних наукових поглядів на сутність, структуру та послідовність реалізації механізму контролінгу в системі управління підприємством, а також враховуючи підхід О. А. Дедова [11], доцільно для підприємств автосервісу запропонувати тривимірну модель організаційно-методичного комплексу контролінгу, яка дозволяє забезпечити високий ступінь формалізації необхідних робіт та розкриває його внутрішню структуру (рис. 1).

Модель має три ракурси, що охоплюють:

- центри фінансової відповідальності підприємства автосервісу (*Ok*): продаж автомобілів, загальний сервіс, кузовний сервіс, продаж запчастин;
- елементи управління (*Oj*): планування, облік, контроль і аналіз, регулювання;
- завдання управління (*Oi*): методичне забезпечення, ключові показники діяльності, регламентація доступу до інформації, коментуючі процедури в управлінні.

У запропонованій моделі під центрами фінансової відповідальності підприємства слід розуміти структурні підрозділи підприємства або їх групи, що повністю контролюють ті чи інші напрямки фінансово-господарської діяльності, а їх керівники несуть відповідальність перед вищим керівництвом за реалізацію поставлених цілей і дотримання рівня витрат у межах визначених лімітів. Їх перелік може бути різним на різних підприємствах.

У структурі контролінгу елементи управління відповідають найважливішим фазам класичного циклу управління. При цьому можливе різне масштабування залежно від рівня управління, деталізації процесів або найважливіших процедур. Загалом формалізована підтримка елементів управління передбачає високий ступінь документованості процедур і рішень, зокрема наявність документів, що відображають:

- в області планування – постановку цілей і завдань за напрямками діяльності; організацію робіт з розробки відповідних планів за сферами відповідальності та підрозділами; розробку фінансових планів-бюджетів з адресною прив'язкою їх до місць виникнення витрат та прибутку;
- в області обліку – організацію дій виконавців у структурних підрозділах та застосування програмних і технічних засобів для достовірного обліку фактичних витрат і прибутку по центрах фінансової відповідальності;
- в області контролю і аналізу результатів діяльності – організацію робіт, визначення процедур і прийомів, що дозволяють виявити відхилення фактичних даних від нормативних за сферами відповідальності, тимчасовим інтервалам, видам витрат; аналіз причин виявлених відхилень; виявлення недосконалостей у господарських механізмах управління підприємством;
- в області регулювання – організаційні дії для досягнення визначених цілей із зазначенням повноважень і відповідальності за результати.

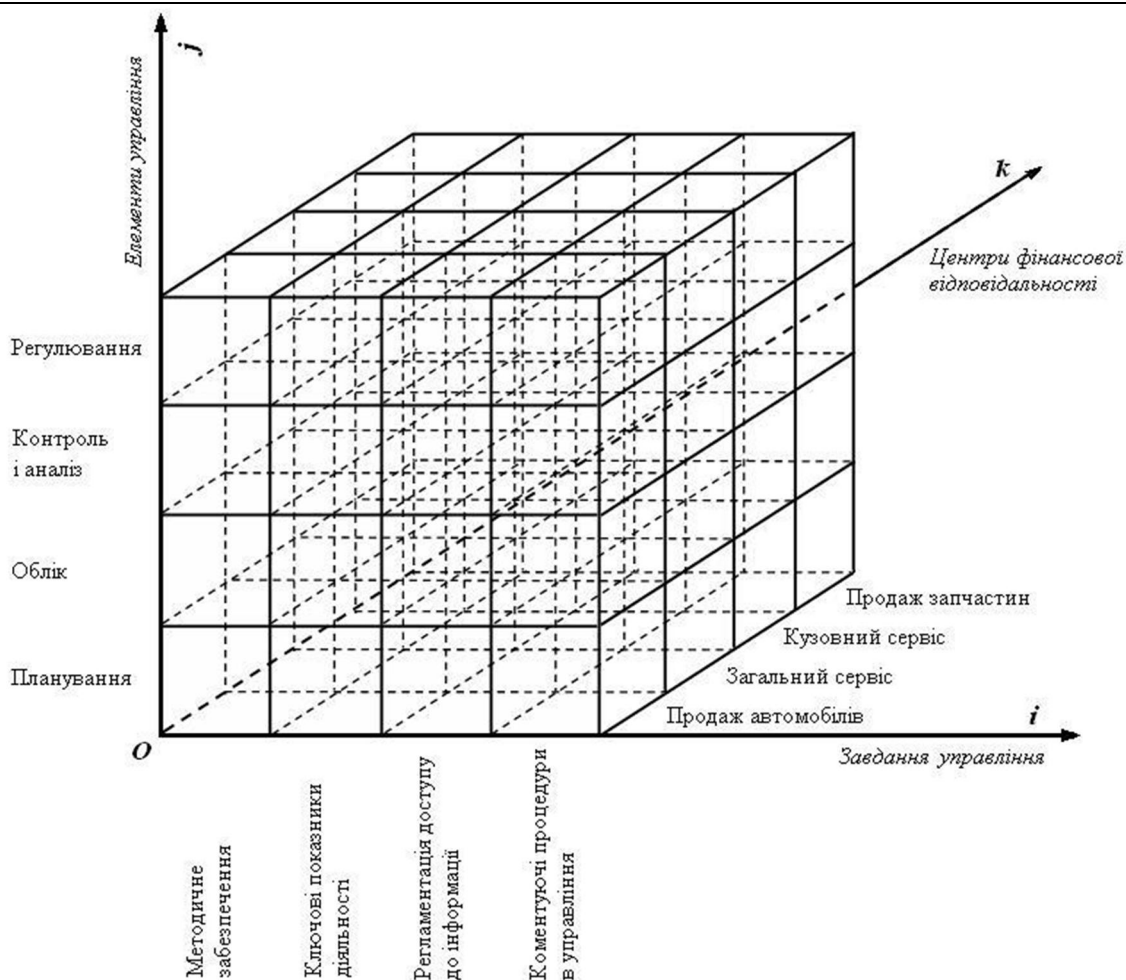


Рис. 1. Модель організаційно-методичного комплексу контролінгу в управлінні підприємством автосервісу

Особливої уваги заслугоує розгляд завдань управління. Ця складова забезпечує працездатність і ефективність використання інструментарію контролінгу та є найважливішою умовою результативності запропонованої технології управління. У наведеному переліку елементів цієї позиції спеціальних пояснень вимагає останній – «коментуючі процедури в управлінні». Він передбачає розробку регламентів, які регулюють документальну і процедурну підготовку інформації, що містить коментарі щодо ефективності можливих управлінських заходів (сценаріїв). Процедура впровадження в експлуатацію всього комплексу контролінгу завершується реалізацією саме цього елемента, від якості виконання якого залежить ефективність управління на підприємстві.

Структура організаційно-методичного комплексу контролінгу може бути описана за допомогою моделі, що становить тривимірну математичну матрицю, де:

- індекс i є структурним номером завдань управління зі значеннями від 1 до 4; значущими є параметри:
 - $i = 1$ – комплекс методик управління;
 - $i = 2$ – комплекс показників управління;
 - $i = 3$ – комплекс регламентів доступності показників управління;
 - $i = 4$ – комплекс документів, що описують процедури для прийняття управлінських рішень;
- індекс j відображає структурні елементи управління:

- $j = 1$ – організація планування;
- $j = 2$ – організація обліку;
- $j = 3$ – організація робіт з контролю і аналізу результатів;
- $j = 4$ – організація робіт по розробці коригуючих заходів;

– індекс k позначає центри фінансової відповідальності підприємства:

- $k = 1$ – продаж автомобілів;
- $k = 2$ – загальний сервіс;
- $k = 3$ – кузовний сервіс;
- $k = 4$ – продаж запчастин;
- $k = \dots$ – інші.

Матричний опис структури контролінгу підприємства автосервісу дозволяє сформувати типову модель з умовними чисельними характеристиками її структурних елементів для оцінки ступеня розвитку управління і комплексу контролінгу на кожному з них та підприємстві загалом.

Індекс заповнення матриці M розраховується за формулою:

$$M = \frac{1}{64} \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \sum_{k=1}^4 \frac{X_{ijk}}{X_{ijk}}, \quad (1)$$

де $\frac{1}{64}$ – нормований множник, що відповідає

заданим значенням знаменника $\frac{1}{i \cdot j \cdot k} = \frac{1}{i \cdot j \cdot k}$;

X_{ijk} – кількість документів зі структурними параметрами i, j, k ;

$\overline{X_{ijk}}$ – нормативна величина в межах типової моделі контролінгу.

Співвідношення $\frac{X_{ijk}}{\overline{X_{ijk}}}$ характеризує рівень

насиченості позицій i, j, k необхідними регламентами.

Індекс заповнення матриці може знаходитись у межах $0 < M < 1$. Щоб отримати результат у відсотках, слід помножити розрахункове значення на 100%.

У запропонованій моделі повнота використання елементів у площині iOj характеризує комплексність застосування інструментів контролінгу, елементи в площині iOk характеризують розвиненість організаційно-методичного комплексу контролінгу, а

елементи площина jOk відображають повноту вирішення проблем керованості підприємства автосервісу.

Досліджено основні наукові підходи до визначення переліку елементів механізму контролінгу в управлінні підприємствами, їх змісту і послідовності реалізації. Встановлено, що механізм контролінгу підприємства утворює насичений конгломерат, що складається з організаційних, технічних, процедурних та методичних компонентів. Запропоновано комплексну тривимірну модель організаційно-методичного комплексу контролінгу на підприємстві автосервісу, яка має три ракурси: центри фінансової відповідальності; елементи управління; завдання управління. Підсумковим критерієм корисності впровадження і функціонування організаційно-методичного комплексу контролінгу на підприємстві автосервісу слід вважати об'єктивні факти удосконалення систем і процесів управління на підприємстві і, як наслідок, поліпшення результатів діяльності підприємства загалом.

Список літератури

1. Гудзинський О. Д. Контролінг в системі менеджменту (теоретико-методологічний аспект): монографія / О. Д. Гудзинський, М. М. Аксентюк, О. М. Деменіна. – К.: ППК ДСЗУ, 2009. – 225 с.
2. Цигилик І. І. Контролінг. Сутність і основи формування та функціонування на підприємствах України / І. І. Цигилик, О. І. Мозіль, Н. В. Кірдякіна // Економіка, фінанси, право. – 2004. – № 4. – С. 13-16.
3. Петренко С. Н. Контролінг: учеб. пособие / С. Н. Петренко, Л. А. Сухарева. – Донецьк: ДонГУЕТ, 2003. – 365 с.
4. Петренко С. Н. Контролінг: учеб. пособие / С. Н. Петренко – К.: Ника-Центр, Эльга, 2003. – 328 с.
5. Кофорова Н. М. Контролінг затрат в системе управления промышленным предприятием; дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Кофорова Надежда Михайловна. – Нижний Новгород, 2007. – 179 с.
6. Деменіна О. В. Організаційно-економічні аспекти формування системи оперативного контролінгу на вітчизняних підприємствах / О. В. Деменіна // Проблеми науки. – 2008. – № 8. – С. 32-37.
7. Деменіна О. В. Організаційно-економічний механізм оперативного контролінгу на промисловому підприємстві: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к.е.н: спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / О. В. Деменіна. – К., 2005. – 25 с.
8. Одегов Ю. Г. Аудит и контролінг персонала: учебник / Ю. Г. Одегов, Т. А. Никонова. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 560 с.
9. Одегов Ю. Г. Аудит и контролінг персонала: учеб. пособ. / Ю. Г. Одегов, Т. В. Никонова. – М.: Экзамен, 2002. – 448 с.
10. Тарасюк М. В. Контролінг в управлінні торговельними мережами: теорія, методологія, практика: монографія / М. В. Тарасюк. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 548 с.
11. Дедов О. А. Методология контролінга и практика управления крупным промышленным предприятием: учеб. пособие / О. А. Дедов. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 248 с.

РЕЗЮМЕ

Червякова Валентина

Организационно-методический комплекс контроллинга в системе управления предприятиями автосервиса

В статье рассмотрены основные научные подходы к определению перечня элементов механизма контроллинга в управлении предприятиями, их содержания и последовательности реализации. Предложено трехмерную модель организационно-методического комплекса контроллинга на предприятии автосервиса, которая имеет три ракурса: центры финансовой ответственности; элементы управления; задачи управления. Данная модель характеризует развитость организационно-методического комплекса контроллинга, комплексность применения его инструментов, а также полноту решения проблем управляемости предприятия автосервиса.

RESUME

Chervyakova Valentyna

Organizational and methodical complex of controlling in the system of the management of enterprises in the auto service

The basic scientific approaches to the definition of the list of elements of the mechanism controlling in the management of enterprises, their content and sequence of implementation are considered in the article. There has been proposed three-dimensional model of organizational and methodical system of controlling on the enterprises of auto service, which has three angles: the centers of financial responsibility, controls, management tasks. This model is characterized by the development of organizational and methodical system of controlling, the complexity of the application of its instruments as well as complete solutions of problems of handling of service station.

Стаття надійшла до редакції 22.02.2013 р.

ДЖЕРЕЛА САМОФІНАНСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ: ЇХ СКЛАД ТА СТРУКТУРА ЗА КРИЗОВИХ УМОВ

У статті розглянуто склад і структуру внутрішніх джерел фінансування за трьома напрямками формування фінансових ресурсів; надано детальну характеристику кожного джерела окремо; визначено фактори, що обумовлюють вибір ефективного механізму самофінансування підприємства за кризових умов.

Ключові слова: власний капітал, самофінансування, внутрішні джерела фінансування, фінансові ресурси, статутний фонд, амортизаційний фонд, нерозподілений прибуток.

Зрозуміло, що джерела самофінансування підприємства розглядаються з позиції внутрішнього фінансування. Суми, отримані з внутрішніх джерел, як правило, не підлягають поверненню і належать до числа найбільш явних ресурсів, але мають властивість обмеженості. Проте наявність у достатньому обсязі власних грошових коштів та їх ефективне використання свідчать про високий рівень платоспроможності, ліквідності та фінансової стійкості підприємства. Саме тому, всі можливості формування фінансових ресурсів підприємства за рахунок внутрішніх джерел повинні бути виявлені та використані. Особливо це є актуальним за кризових умов, коли залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел є проблемним та не завжди вигідним для підприємства.

Питання фінансування господарської діяльності суб'єктів господарювання завжди цікавили вітчизняних і зарубіжних вчених. Власні підходи до визначення джерел фінансування підприємств обґрунтували у своїх працях: І. О. Бланк, І. М. Боярко, Є. Ф. Брігхем, Л. Д. Буряк, Ю. М. Воробйова, А. Б. Гончарова, Б. О. Жнякін, В. В. Краснова, Л. В. Кузьменко, Л. О. Коваленко, В. В. Кузьміна, Р. С. Квасницька, Н. Ю. Калач, А. М. Поддєрьогін, Г. О. Партин, Л. М. Ремньова, Н. Є. Селюченко, Б. І. Сюркало, Л. С. Ситник, В. Є. Черкасов, І. О. Школьник, В. М. Шаповалова, В. М. Шацька, В. М. Шелудько [1-5] та інші. Більшість з них поділяє думку, що залучення фінансових ресурсів здійснюється з двох основних джерел: внутрішніх (власних) та зовнішніх (чужих). Але ж їх склад та структура різняться та залишаються у фокусі наукових досліджень, незважаючи на суттєві досягнення в цьому напрямку внаслідок сталого розвитку підприємництва, зміни ринкової кон'юнктури та кризових факторів.

Мета статті – дослідити окремі складові джерел самофінансування підприємств за можливими напрямками формування фінансових ресурсів з метою виявлення основних з них та встановлення факторів, що обумовлюють вибір ефективного механізму самофінансування підприємства в кризових умовах.

Через нестабільність економічної ситуації та недоступність кредитних ресурсів підприємства повинні розраховувати насамперед на внутрішні фінансові джерела, що формуються за рахунок власного

капіталу, але можливість їх використання обмежена.

Власний капітал – це сума внесків засновників (учасників), що відображає обсяг прав власності, оцінених за ринковою вартістю на момент створення господарюючого суб'єкта, та фінансові ресурси, які накопичені чи одержані в результаті ефективної діяльності підприємства, зокрема нерозподілений прибуток, амортизаційні відрахування і суми дооцінки необоротних активів, дохід від реструктуризації активів і стійкі пасиви.

Отже, склад і структуру внутрішніх джерел фінансування доцільно розглядати за трьома напрямками формування фінансових ресурсів (рис. 1):

- фінансові ресурси, які надані засновниками та учасниками підприємства;
- фінансові ресурси, які накопичені чи одержані в результаті ефективної діяльності підприємства
- інші фінансові ресурси.

Розглянемо кожне джерело окремо.

У момент створення суб'єкта господарювання відбувається первісне залучення фінансових ресурсів і формується статутний капітал (фонд).

Статутний фонд – це сукупність вкладів (у грошовому виразі) засновників (учасників) у майно підприємства при його створенні для забезпечення діяльності останнього в розмірах, визначених установчими документами. Статутний капітал за своїм матеріальним складом є сукупністю активів, інвестованих засновниками (учасниками), що відображає їхню вартість. У зв'язку з цим оцінка власного капіталу визначається оцінкою відповідних активів і зобов'язань. Однак це не означає, що загальна сума власного капіталу обов'язково дорівнюватиме ринковій вартості акцій підприємства або сумі, яку можна отримати від реалізації його чистих активів за умов безперервної діяльності.

Статутний фонд є одним з головних внутрішніх джерел фінансування і виконує такі функції: основоположну, гарантійну, регулятивну, організаційну та довгострокового фінансування.

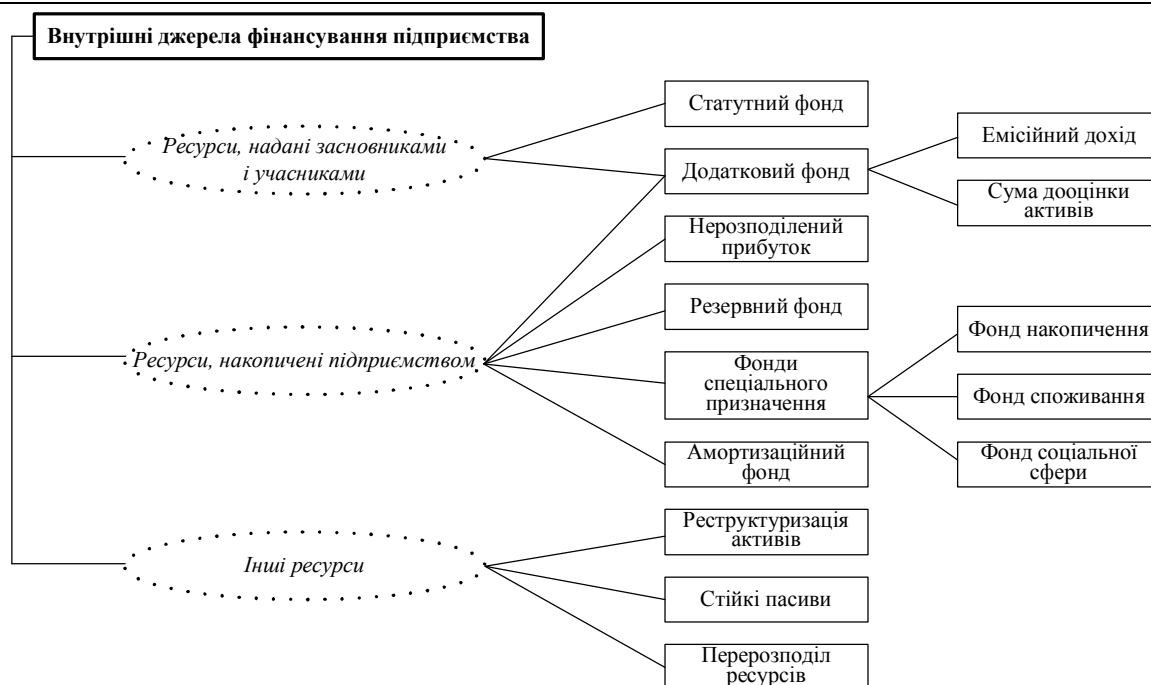


Рис. 1. Склад та структура джерел самофінансування підприємства

Обов'язковість створення статутного фонду передбачена законодавством для підприємств і товариств різних форм власності, а його мінімальний розмір – лише для господарських товариств Так згідно зі ст. 14 Закону України «Про акціонерні товариства» мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства (публічного та приватного) – це 1250 мінімальних заробітних плат з огляду на розмір ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення акціонерного товариства [6]. Розміри статутних капіталів товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, командитних та повних товариств не обмежуються відповідно до ст. 52 та ст. 65 Закону України «Про господарські товариства» [7]. Зауважимо, що для приватних підприємств розмір статутного фонду також не встановлено [8].

Джерелами створення статутного фонду підприємств, залежно від організаційно-правових форм господарювання і форм власності, можуть бути: акціонерний капітал (для акціонерних товариств), пайовий капітал (для партнерських підприємств – товариств з обмеженою відповідальністю, кооперативних, орендних, командитних і т. д.), галузеві та бюджетні кошти (для державних підприємств) та ін.

Для збільшення статутного фонду використовується додатковий капітал (фонд). Джерелами його формування можуть бути сума дооцінки активів (основних засобів та інших матеріальних цінностей) і емісійний дохід, який виникає у випадку додаткової емісії акцій підприємства або, коли у разі первинної емісії, акції продаються за ціною вище номіналу. Крім того, варто зауважити, що емісійний дохід належить до ресурсів, наданих засновниками і учасниками, а сума дооцінки активів – до ресурсів, накопичених підприємством. Нормативними документами заборонено використання статутного капіталу на цілі споживання.

До джерел коштів, які не розподіляються, а утримуються підприємством, як правило, з метою реінвестування відносять нерозподілений прибуток.

Нерозподілений прибуток – частина чистого прибутку, отриманого в попередньому періоді, яка залишається в розпорядженні підприємства після виплати дивідендів та здійснення відрахувань у відповідні резервні фонди (за їх наявністю) згідно з установчими та нормативними документами, що регулюють діяльність цього суб'єкта господарювання. Аналізуючи нерозподілений прибуток з точки зору важливого джерела самофінансування, слід звертати увагу на фінансові результати діяльності та дивідендну політику підприємства. Варто враховувати також законодавчі обмеження та діючий порядок виплати та оподаткування дивідендів. Основні напрямки використання нерозподіленого прибутку можна визначити як накопичення та споживання, залежно від стратегічних перспектив розвитку суб'єкта господарювання.

Нерозподілений прибуток – основне джерело формування резервного капіталу (фонду). Цей страховий фонд є частиною власного капіталу підприємства і створюється для покриття збитків та втрат унаслідок здійснення господарської діяльності. Порядок формування цього фонду регламентується засновницькими документами. Однак чинним законодавством встановлено мінімальний розмір резервного капіталу (не менше 15 % статутного капіталу) та мінімальний розмір щорічних відрахувань – не менше 5 % чистого прибутку [9]. У наш час не передбачено ніяких податкових пільг при створенні резервного фонду.

Можливими, але не обов'язковими джерелами власного фінансування підприємства є фонди спеціального призначення, які формуються головним чином за рахунок нерозподіленого прибутку. Кількість таких фондів, порядок їх формування і цільового використання коштів регулюється статутом і іншими установчими документами підприємства. Фонди спеціального призначення, як правило, поділяються на фонд накопичення (кошти резервуються і спрямовуються на покращення матеріально-технічної бази підприємства), фонд споживання (кошти спрямовуються на вирішення соціальних питань та

матеріального стимулювання працівників, а також на інші заходи, що не призводять до утворення нового майна підприємства) і фонд соціальної сфери (суми, спрямовані на утримання та розвиток соціальної сфери).

Фінансові ресурси, накопичені за рахунок амортизаційних відрахувань протягом всієї господарської діяльності підприємства, утворюють амортизаційний фонд. Обов'язковою умовою його формування є продаж продукції (товарів, робіт, послуг) споживачу і надходження виручки від реалізації, яка забезпечує безперервний кругообіг коштів (нагадаємо, що амортизаційні витрати входять до складу собівартості, а остання відповідно складає основу ціни реалізації).

На відміну від прибутку, амортизаційні відрахування повністю залишаються у розпорядженні підприємства і є тимчасово вільними грошовими коштами, унаслідок чого внесені у склад внутрішніх джерел фінансування, якими підприємство розпоряджається самостійно. Вагомим моментом у реалізації завдань самофінансування є вибір підприємством ефективного методу нарахування амортизаційних відрахувань, з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання, який прямо впливає на розмір амортизаційного фонду.

Згідно з П(С)БО 7 «Основні засоби» амортизація основних засобів (крім інших необоротних матеріальних активів) нараховується із застосуванням таких методів: прямолінійного, зменшення залишкової вартості, прискореного зменшення залишкової вартості, кумулятивного, виробничого [10]. Підприємство може застосовувати норми і методи нарахування амортизації основних засобів, передбачені податковим законодавством.

Рациональне використання ресурсів амортизаційного фонду за цільовим призначенням забезпечує процес розширеного відтворення.

Крім перерахованих вище джерел внутрішнього фінансування, підприємства знаходять інші унаслідок проведення реструктуризації активів (наприклад, реалізація або оренда зайвого майна), перерозподілу

ресурсів (страхові відшкодування та резерви наступних витрат і платежів) чи використання стійких пасивів (коштів, які не належать підприємству, але постійно перебувають на його балансі).

Слід зауважити, що за умов використання, суми постійної нормальної кредиторської заборгованості (стійкі пасиви) прирівнюються до власних оборотних коштів.

Як ми вже з'ясували, основними, але не єдиними джерелами внутрішнього фінансування підприємства є амортизаційний фонд та нерозподілений прибуток, рациональне цільове використання яких дозволить підвищити фінансову стійкість підприємства та зберегти його незалежність від зовнішніх інвесторів.

Як ми з'ясували вище, самофінансування підприємств може здійснюватися різними способами і з різних джерел, що мають обов'язковий чи необов'язковий характер формування. І вибір найбільш ефективного механізму самофінансування підприємства в кожному випадку індивідуальний та залежить від багатьох факторів, серед яких можна виділити:

- організаційно-правову форму власності та вид діяльності підприємства;
- поточний фінансовий стан та рівень розвитку суб'єкта господарювання;
- доступність тих чи інших джерел самофінансування;
- матеріально-технічну базу та амортизаційну політику підприємства;
- соціально-економічні умови існування та тенденції розвитку підприємства;
- інші.

Таким чином, залучення та рациональне використання фінансових ресурсів із внутрішніх джерел має вирішальне значення у забезпеченні стабільного стану будь-якого підприємства. А це визначає необхідність подальшого вивчення цього процесу з метою виявлення можливих напрямків удосконалення механізму самофінансування підприємств у мінливих умовах сьогодення.

Список літератури

1. Бланк І. О. *Фінансовий менеджмент: навч. посіб.* / І. О. Бланк. – К.: Ельга, 2008. – 722 с.
2. Кузьменко Л. В. *Фінансовий менеджмент: навч. посіб.* / Л. В. Кузьменко, В. В. Кузьмін, В. М. Шаповалова. - Х.: Олді-плюс, 2003. - 256 с.
3. Партин Г. О. *Фінансовий менеджмент: навч. посіб.* / Г. О. Партин Н. Є. Селюченко. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2010. – 332 с.
4. Школьник І. О. *Фінансовий менеджмент: навч. посіб.* / І. О. Школьник, І. М. Боярко, Б. І. Сюркало; за ред. І. О. Школьник. Суми: Університетська книга, 2009. – 301 с.
5. Поддєрьогін А. М. *Фінансовий менеджмент: [підручник]* / Поддєрьогін А. М. – К.: КНЕУ, 2005. – 536 с.
6. Закон України «Про акціонерні товариства» із змінами та доповненнями // Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – www.rada.gov.ua
7. Закон України «Про господарські товариства» із змінами та доповненнями // Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – www.rada.gov.ua
8. Лист № 1858 від 26.03.2004 «Щодо формування приватним підприємством статутного фонду» // Офіційний сайт Державного комітету України з питань регулярної політики та підприємництва [Електронний ресурс]. – <http://www.dkrp.gov.ua>
9. Господарський Кодекс України // Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page4>
10. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 "Основні засоби" // Офіційний сайт Верховної ради України [Електронний ресурс]. – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.

РЕЗЮМЕ

Черемисова Тат'яна

Источники самофинансирования предприятий: их состав и структура в кризисных условиях

В статье рассмотрены состав и структура внутренних источников финансирования по трем направлениям формирования финансовых ресурсов; дана подробная характеристика каждого источника в отдельности; определены факторы, обуславливающие выбор эффективного механизма самофинансирования предприятия в кризисных условиях.

RESUME

Cheremisova Tetyana

Sources of self-financing of enterprises: their composition and structure in condition of crisis

Composition and structure of the internal sources of funding in three areas for formation of financial resources have been considered in the article. The detailed description of each source separately has been given. The factors that contribute to the choice of an effective mechanism for self-financing company in the condition of crisis have been determined.

Стаття надійшла до редакції 23.02.2013 р.

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ НА ПРИКЛАДІ ДЕРЖАВНОГО ПІДПРИЄМСТВА МІНІСТЕРСТВА ОБОРОНИ УКРАЇНИ «САКСЬКИЙ ЦЕНТРАЛЬНИЙ ВІЙСЬКОВИЙ КЛІНІЧНИЙ САНАТОРІЙ ІМЕНІ М. І. ПИРОГОВА»

У статті наголошено на значущості аналізу фінансово-господарської діяльності у фінансовому менеджменті та проведено аналіз фінансово-господарської діяльності Державного підприємства Міністерства оборони України «Сакський центральний військовий клінічний санаторій імені М. І. Пирогова».

Ключові слова: фінансово-господарська діяльність, державне підприємство, фінансовий менеджмент, ефективність фінансово-господарської діяльності, фінансова звітність, коефіцієнт.

На сучасному етапі підприємства державного сектору економіки, а особливо підприємства, які працюють у сфері рекреаційних послуг, мають проблеми, які пов'язані зі специфікою їхньої діяльності. Поглиблений та фаховий аналіз фінансово-господарської діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу може вчасно виявити та попередити можливу збитковість та запобігти банкрутству.

Останніми роками на усій території України, а особливо в Автономній Республіці Крим, стрімкими темпами розвивається туризм. Вигідне географічне розташування і велика концентрація на відносно невеликій території історичних і географічних пам'яток, у поєднанні з унікальним кліматом, створило в Автономній Республіці Крим сприятливі умови для розвитку вказаної галузі народного господарства і, зокрема, закладів санаторно-курортного лікування. Перехід від планової до ринкової економіки підняв питання про підвищення ефективності діяльності санаторіїв, оскільки гостра конкуренція і елементарна відсутність стратегії розвитку призвели до банкрутства величезної кількості державних здравниць, а багато з тих, яким пощастило вижити в нових реаліях життя, знаходяться на межі виживання і в постійному пошуку цієї самої стратегії.

Але для знаходження стратегії і, як наслідок, підвищення ефективності діяльності будь-якого підприємства необхідно насамперед зробити поглиблений аналіз фінансово-господарської діяльності. А тільки після цього приймати рішення про реанімацію діяльності.

У статті розглядається питання аналізу фінансово-господарської діяльності державного санаторія, який знаходиться у сфері управління Міністерства оборони України.

Питання аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств санаторно-курортного напрямку діяльності піднімали такі вчені, як Балабанова І.Т., Вороновицький М.М., Грідчина М.В., Федоров І.В., однак санаторії, які знаходяться у сфері управління Міністерства оборони України, були досліджені недостатньо.

З метою визначення об'єктивних і суб'єктивних

причин збитковості та оцінки фінансово-господарського стану та ефективності управління підприємством у статті здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності Державного підприємства Міністерства оборони України «Сакський центральний військовий клінічний санаторій ім. М. І. Пирогова» (далі – Підприємство) за 2012 рік.

Основним джерелом інформації для проведення аналізу фінансово-господарської діяльності є бухгалтерська звітність, а саме: баланс, звіт про фінансові результати, звіт про власний капітал та звіт про рух грошових коштів. У нашому дослідженні було використана звітність Підприємства за 2012 рік.

Аналіз його фінансово-господарської діяльності розпочнемо з аналізу структури та змін у вартості активів підприємства. З цією метою були зіставлені показники активу балансу на початок і кінець звітного періоду за видами активів. Було визначено абсолютне та відносне зростання (коефіцієнт зростання) кожного виду активів, а саме: коефіцієнт зростання основних засобів ($K_{o.з.}$), коефіцієнт незавершеного будівництва ($K_{н.б.}$), коефіцієнт запасів ($K_з$), коефіцієнт вартості активів ($K_{в.а.}$). Так

$$K_{o.з.} = \frac{\text{Вартість основних засобів на кінець звітного періоду}}{\text{Вартість основних засобів на початок звітного періоду}} = 1,04;$$

$$K_{н.б.} = \frac{\text{Вартість незавершеного будівництва на кінець звітного періоду}}{\text{Вартість незавершеного будівництва на початок звітного періоду}} = 0,55;$$

$$K_з = \frac{\text{Вартість запасів на кінець звітного періоду}}{\text{Вартість запасів на початок звітного періоду}} = 1,59;$$

$$K_{в.а.} = \frac{\text{Вартість активів на кінець звітного періоду}}{\text{Вартість активів на початок звітного періоду}} = 1,09.$$

Аналіз показує, що коефіцієнт зростання вартості активів ($K_{в.а.}$) у періоді дослідження був рівний або перевищував одиницю. Так у 2011 році $K_{в.а.}$ дорівнював одиниці, а у 2012 році не значно перевищив одиницю ($K_{в.а.}=1,09$), що свідчить про те, що господарська діяльність Підприємства у звітних періодах практично не змінювалась. Також необхідно звернути увагу на те, що коефіцієнт зростання запасів $K_з$ у 2011 році дорівнював одиниці, а у 2012 році значно перевищив одиницю ($K_з=1,59$), що було зумовлено збільшенням

оборотних активів Підприємства і пояснюється тим, що діяльність Підприємства має сезонний характер.

Аналізом не встановлено зростання запасів непропорційного зростанню доходів, уповільнення їх обороту, відволікання фінансових ресурсів уповільнення обороту запасів та надлишкового накопичення запасів.

Важливою статтею для аналізу є дебіторська заборгованість. При аналізі цієї статті балансу необхідно бути досить уважним і поряд з інформацією фінансових звітів вивчати додаткову інформацію, яка надається керівництвом підприємства. Аналізом зміни у структурі довгострокової і поточної дебіторської заборгованості та динаміки дебіторської заборгованості Підприємства на початок і кінець звітних періодів встановлено суттєве зростання дебіторської заборгованості. У 2012 році поточна дебіторська заборгованість збільшилась на 33%. Коефіцієнт зростання дебіторської заборгованості ($K_{д.з}$) склав:

$$K_{д.з} = \frac{\text{Дебіторська заборгованість на кінець звітного періоду}}{\text{Дебіторська заборгованість на початок звітного періоду}} = 1,33.$$

Зростання дебіторської заборгованості загалом є негативним явищем, однак воно на 33% було зумовлено зростанням поточної заборгованості і було наслідком розширення ринку збуту послуг Підприємства, що є позитивним явищем. Резерв сумнівних боргів на Підприємстві не створювався, а тому і не аналізувався.

Наступним кроком у вивченні фінансово-господарської діяльності є аналіз структури та динаміки власного капіталу. Встановлено, що у 2011 та 2012 роках спостерігалось збільшення власних фінансових ресурсів, що свідчить про збільшення обсягів власних джерел фінансування Підприємства. Коефіцієнт зростання власного капіталу, як і попередні коефіцієнти, визначається шляхом зіставлення вартості показника на кінець і початок звітного періоду:

$$K_{в.к} = \frac{\text{Власний капітал на кінець звітного періоду}}{\text{Власний капітал на початок звітного періоду}}$$

У 2012 році $K_{в.к}=1,12$. Зростання власного капіталу відбулось здебільшого за рахунок збільшення нерозподіленого прибутку, який виріс на 33%. А оскільки отримання прибутку є основною метою існування будь-якого підприємства, нерозподілений прибуток позитивно характеризує діяльність підприємства.

Аналіз структури та динаміки зобов'язань Підприємства показав, що коефіцієнт зростання кредиторської заборгованості менший порівняно із коефіцієнтом зростання активів Підприємства ($K_{к.з} > K_{в.а}$). Так, $K_{в.а}=1,09$, а

$$K_{к.з} = \frac{\text{Кредиторська заборгованість на кінець звітного періоду}}{\text{Кредиторська заборгованість на початок звітного періоду}} = 0,67$$

Вказаний факт свідчить про покращення платоспроможності Підприємства. В абсолютній величині за 2012 рік поточна кредиторська заборгованість зменшилась на 2563,0 тис. грн. У 2012 році спостерігалось збільшення коефіцієнта заборгованості із заробітної плати $K_{о.п.}$, який склав 1,42, але це пов'язано зі збільшенням розмірів посадових окладів працівників та строками оплати заробітної плати, відповідно до колективного договору. Як видно з аналізу зобов'язань, на Підприємстві спостерігаються позитивні процеси.

Наступним кроком є аналіз доходності активів. Коефіцієнт доходності активів ($K_{д.а}$) за 2012 рік дорівнював 0,87, що при збільшенні вартості активів свідчить про погіршення ефективності використання майна Підприємства. Зменшення доходності активів Підприємства зумовлено зменшенням сукупного доходу Підприємства і, насамперед, чистого доходу від реалізації наданих послуг.

У процесі аналізу порівнювались динаміка змін вартості активів Підприємства ($K_{в.а}$) та сукупного доходу ($K_{с.д}$). Встановлено, що різниця у значеннях коефіцієнтів ($K_{с.д} - K_{в.а}$) за 2012 рік має додатне значення. Аналізом не встановлено необґрунтоване вилучення активів Підприємства. Зменшення показника було зумовлено тільки зменшенням сукупного доходу. Аналіз доходності активів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Аналіз доходності активів

N з/п	Найменування показників	Форма звітності, код рядка	На початок звітного періоду, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн	Абсолютне зростання, тис. грн (гр. 5 – гр. 4)	Коефіцієнт зростання (гр. 5/гр. 4)
1	Вартість активів підприємства	ф. 1 ряд. 280	125267	136399	11132	1,09
2	Сукупний дохід	ф. 2 ряд. 035 + ряд. 060 + ряд. 110 + ряд. 120 + ряд. 130 + ряд. 200	116347	110437	-5910	0,95
3	Різниця у значеннях коефіцієнтів	*	*	*	-17042	-0,14
4	Сума сукупного доходу на 1 грн вартості активів ($K_{д.а}$)	*	0,93	0,81	-0,12	0,87

У ході аналізу ефективності різних видів діяльності визначено їх вплив на прибуток підприємства. Аналіз

структури та динаміки фінансових результатів у таблиці 2.

Таблиця 2. Аналіз структури та динаміки фінансових результатів

Найменування показників	Форма звітності, код рядка	За попередній період		За звітний період		Абсолютне зростання, тис. грн. (гр. 6 – гр. 4)	Коефіцієнт зростання (гр. 6/гр. 4)
		сума, тис. грн	питома вага, %	сума, тис. грн	питома вага, %		
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	ф. 2 ряд. 035	114871	X	109115	X	-5756	0,95
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	ф. 2 ряд. 040	-83097	X	-79608	X	3489	0,96
Валовий прибуток (збиток) (ряд. 1 – ряд. 2)	ф. 2 ряд. 050 або ряд. 055	31774	117,79	29507	117,04	-2267	0,93
Інші доходи операційної діяльності	ф. 2 ряд. 060	1466	X	1322	X	-144	0,9
Інші витрати операційної діяльності	ф. 2 ряд. 070 + ряд. 080 + ряд. 090	-6266	X	-5617	X	649	0,9
Фінансовий результат від операційної діяльності (ряд. 3 + ряд. 4 – ряд. 5)	ф. 2 ряд. 100 або ряд. 105	26974		25212		-1762	0,93
Інші доходи	ф. 2 ряд. 130	10	X	0	X	-10	0
Інші витрати	ф. 2 ряд. 160	-355	X	-500	X	-145	1,41
Фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування (± ряд. 6 ± ряд. 9 ± ряд. 10 – ряд. 11)	ф. 2 ряд. 170 або ряд. 175	26629	100	24712	100	-1917	0,93
Чистий прибуток (збиток)	ф. 2 ряд. 220 або ряд. 225	17164	X	17226	X	62	1

За результатами аналізу звітності 2011 та 2012 років можна зробити висновок, що дохід Підприємства утворюється переважно від іншої операційної діяльності. Фінансовий результат від інших видів діяльності за два роки був незмінним. У 2012 році коефіцієнт фінансового результату від операційної діяльності $K_{оп.д.}$ склав 0,93, що означає зменшення фінансового результату від операційної діяльності на 7%, порівняно з аналогічним періодом 2011 року. Зменшення фінансового результату було обумовлено зменшенням чистого доходу (виручки) від реалізації, а також недостатнім зменшенням витрат. Так чистий дохід зменшився на 5756,0 тис. грн, а собівартість продукції знизилась тільки на 3489,0 тис. грн. Зменшення ж чистого доходу було обумовлено низькою, порівняно з аналогічним періодом попереднього року, авантажністю Підприємства і, як наслідок, уповільненням господарської діяльності.

У ході дослідження був проведений факторний аналіз валового прибутку, яким встановлено, що в 2012 році зменшення валового прибутку на 9245,0 тис. грн, було обумовлено зменшенням собівартості на 3489,0 тис. грн та зменшенням чистого доходу на 5756,0 тис. грн.

З метою виявлення елементів, які значно вплинули на зростання суми витрат операційної діяльності на одну гривню реалізованих послуг, був проведений аналіз витрат на виробництво послуг Підприємства за

економічними елементами. Коефіцієнт зростання чистого доходу ($K_{ч.д.}=1,0$) у 2012 році перевищував коефіцієнт зростання операційних витрат ($K_{оп.в.}=0,77$), що свідчить про те, що при зменшенні сукупного доходу керівництво Підприємства зменшило операційні витрати, тим самим намагаючись зберегти прибутковість. Негативно характеризують фінансово-господарську діяльність Підприємства випереджувальні темпи зростання витрат на збут та інших операційних витрат порівняно із зростанням собівартості реалізованих послуг Підприємством у 2011 році, а також адміністративних та інших витрат звичайної діяльності у 2012 році.

Загальна оцінка ефективності управління Підприємством та використання його активів проводиться за сукупністю коефіцієнтів, які характеризують прибутковість активів, майновий стан, платоспроможність та ліквідність Підприємства.

Так коефіцієнт рентабельності активів у 2012 році незначно, але збільшився з 0,1312 до 0,1317, що свідчить про позитивні зрушення у фінансово-господарській діяльності Підприємства.

$$K_{ра} = \frac{Pr}{(B_{60} + B_{61})/2}$$

Де, Пр – прибуток, B_{60} – валюта балансу на початок року, B_{61} – валюта балансу на кінець року.

Прибуток від основної виробничої діяльності

Підприємства характеризує коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу, який у 2012 році зменшився з 0,206 до 0,193, що є негативним явищем, однак вказаний коефіцієнт більший нуля і знаходиться на оптимальному рівні (0,12-0,18).

$$K_{рск} = \frac{\Phi_0}{(B_{60} + B_{61})/2}$$

Де, $K_{рск}$ – коефіцієнт рентабельності сукупного капіталу, B_{60} – валюта балансу на початок року, B_{61} – валюта балансу на кінець року.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу за 2011-2012 роки збільшився з 0,035 у 2011 році до 0,138 у 2012 році і досягло оптимального значення (0,13-0,21), що свідчить про ефективність діяльності Підприємства.

$$K_{рвк} = \frac{Пр}{(B_{к0} + B_{к1})/2}$$

де $Пр$ – прибуток, $B_{к0}$ – сума власного капіталу на початок року, $B_{к1}$ – сума власного капіталу на кінець року.

Коефіцієнт рентабельності діяльності Підприємства, як і попередні коефіцієнти, у 2012 році незначно збільшився з 0,149 у 2011 році до 0,158 у 2012 році, що показує наявність можливостей підприємства до відтворення та розширення виробництва і характеризує прибутковість діяльності підприємства.

Коефіцієнт оборотності активів має низьке значення, коливається на рівні 0,88-0,83. Зниження оборотності активів у 2012 році свідчить про зниження ефективності використання ресурсів.

$$K_{oa} = \frac{ЧД}{(B_{60} + B_{61})/2}$$

де $ЧД$ – чистий доход, B_{60} – валюта балансу на початок року, B_{61} – валюта балансу на кінець року.

Коефіцієнт фінансової стійкості $K_{ф.с}$, який характеризує співвідношення власних та позикових коштів при нормативному показнику більше одиниці у 2011 році дорівнював 15,17, а у 2012 році дорівнював 25,3. Перевищення власних коштів над позиковими вказує на те, що Підприємство має достатній рівень фінансової стійкості і відносно незалежне від зовнішніх фінансових джерел. У 2012 році незалежність від зовнішніх фінансових джерел збільшилась. Це є позитивним явищем.

$$K_{ф.с} = \frac{B_{к}}{K_{з} + Дз}$$

де $B_{к}$ – власний капітал, $K_{з}$ – короткострокові зобов'язання, $Дз$ – довгострокові зобов'язання.

Коефіцієнт покриття ($K_{п}$) визначає співвідношення усіх поточних активів до поточних зобов'язань і характеризує достатність оборотних засобів для погашення своїх боргів протягом року. На Підприємстві значення $K_{п}$ за 2011-2012 роки істотно збільшилось з 1,92 до 4,2 при нормі (1-1,5). Цей факт свідчить про досить високу ліквідність Підприємства.

$$K_{п} = \frac{Обз}{Пз}$$

Де, $Обз$ – оборотні засоби, $Пз$ – поточні зобов'язання.

Коефіцієнт загальної ліквідності ($K_{з.л}$) відображає, скільки одиниць оборотних засобів припадає на одиницю довгострокових та поточних зобов'язань та коливається останні роки в межах від 1,92 до 4,2. Це досить високе значення вказаного коефіцієнта.

$$K_{з.л} = \frac{Обз}{Пз + Дз}$$

де $Обз$ – оборотні засоби, $Пз$ – поточні зобов'язання, $Дз$ – довгострокові зобов'язання.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності ($K_{аб.л}$) характеризує можливість Підприємства ліквідувати поточну заборгованість грошима, які є у нього в розпорядженні на дату проведення аналізу.

$$K_{аб.л} = \frac{Гк}{Пз}$$

Де, $Гк$ – грошові кошти, $Пз$ – поточні зобов'язання.

Коефіцієнт визначає, яку частину поточної заборгованості Підприємство здатне погасити негайно. Значення коефіцієнта коливається від 0,95 до 1,54, що вище нормативних меж (від 0,2 до 0,35), що свідчить про достатність у Підприємства коштів.

Коефіцієнт заборгованості останні роки коливається від 0,066 до 0,04, що нижче норми (0,5-0,7), та відображає відносну незалежність Підприємства від залучених коштів.

$$K_{з} = \frac{Зк}{B_{к}}$$

де $Зк$ – залучений капітал, $B_{к}$ – власний капітал.

Коефіцієнт концентрації залученого капіталу останні роки коливається від 0,06 до 0,04 в межах норми (нижче 1) та показує про незначну частку залученого капіталу у валюті балансу.

$$K_{кзк} = \frac{(За + Дз + Пз + Дм)}{B_{б}}$$

Коефіцієнт оборотності активів, коефіцієнт рентабельності діяльності та коефіцієнт рентабельності власного капіталу у 2012 році відбулось незначне зниження вказаних коефіцієнтів, що пояснюється недостатньою завантаженістю Підприємства.

Аналіз фінансово-господарської діяльності Підприємства показав високий ступінь ефективності управління, оскільки всі коефіцієнти, які характеризують ефективність управління, знаходяться на оптимальному значенні, або, де це прийнятно, значно перевищують нормативні значення. На підставі проведеного аналізу Державного підприємства Міністерства оборони України «Сакський центральний військовий клінічний санаторій ім. М. І. Пирогова» можна зробити висновок, що Підприємство має високий рівень ефективності управління.

Виявлені в процесі аналізу відхилення від оптимальних значень коефіцієнтів не є значними, а отже вплив таких відхилень на фінансово-господарську діяльність несуттєвий. Ефективність управління Державним підприємством Міністерства оборони України «Сакський центральний військовий клінічний санаторій імені М. І. Пирогова» знаходиться на досить високому рівні. Досвід підприємства може бути використаний як приклад для інших санаторіїв, як підпорядкованих Міністерству оборони, так і тих, які не знаходяться у сфері його впливу. Корегування фінансово-господарської діяльності має бути спрямоване лише на збільшення доходів шляхом збільшення завантаженості санаторію в зимові місяці, оскільки середня завантаженість за 2012 рік була на рівні 85,9%. Максимальна завантаженість санаторія була в серпні 106,5%, у вересні 116,2% та в жовтні 107,7%. У зимові ж місяці завантаженість не досягала і 50%. А, отже, останнє є пріоритетним напрямом для розвитку підприємства.

Список літератури

1. Федоров І. О. Оцінка ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств санаторно-курортного комплексу / І. О. Федоров. – Суми – 2002р.;
2. Кононенко О. Аналіз фінансової звітності / О. Кононенко, О. Махонько. – 4-те вид., перероб. і доповн. – Х. Фактор, 2006.
3. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки, затверджена Наказом Міністерства фінансів України від 14.02.2006 №170.

РЕЗЮМЕ

Чернецкая Светлана

Анализ эффективности управления предприятием государственного сектора экономики на примере государственного предприятия Министерства обороны Украины «Сакский центральный военный клинический санаторий имени Н. И. Пирогова»

В статье отмечена значимость анализа финансово-хозяйственной деятельности в финансовом менеджменте и проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности Государственного предприятия Министерства обороны Украины «Сакский центральный военный клинический санаторий имени М. И. Пирогова».

RESUME

Chernetska Svitlana

Analysis of enterprise management efficiency of the public sector on the example of the State Enterprise of the Ministry of Defense of Ukraine «Saky Central Military Clinical Sanatorium»

In the article there has been marked the significance of analysis of financial and economic activity in the financial management. There has been also conducted the analysis of financial and economic activity of the State enterprise of Ministry of Defense of Ukraine «Saky Central Military Clinical Sanatorium».

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто підходи науковців до формування оборотного капіталу на підприємствах. Проведено дослідження щодо їх застосування в сучасних умовах господарювання на прикладі промислових підприємств. Проаналізовано показники ліквідності та ефективності використання оборотного капіталу за 2010-2011рр. та зіставлено отримані результати з підходами до формування оборотного капіталу.

Ключові слова: оборотний капітал, агресивний, помірний та консервативний підходи, рентабельність, ліквідність, оборотність оборотного капіталу.

Наявність достатнього обсягу оборотного капіталу є необхідною умовою для успішного функціонування промислових підприємств. У процесі управління оборотним капіталом вирішуються питання щодо вибору джерел його формування та визначення необхідного обсягу. Вирішення цих питань пов'язане із забезпеченням ліквідності і платоспроможності підприємства та формуванням такого обсягу оборотного капіталу, який би був запорукою належного фінансового забезпечення предметів праці. З огляду на це, питання формування оборотного капіталу є актуальним.

Питання про джерела формування останнього важливе ще з однієї позиції. Кон'юнктура ринку постійно змінюється, і, відповідно, потреби підприємства в оборотному капіталі є нестабільні. Покрити ці потреби лише за рахунок власних коштів стає практично неможливо, тому виникає необхідність залучення додаткових фінансових ресурсів. Тому політика формування оборотного капіталу має бути спрямована на забезпечення такого обсягу оборотного капіталу, який відповідатиме потребам виробництва, визначеного виробничою програмою, та за рахунок таких елементів власних та позикових коштів, що забезпечуватимуть належний рівень ліквідності та фінансової стійкості суб'єктів господарювання.

Провівши критичний аналіз поглядів різних вчених на висвітлення підходів формування оборотного капіталу, ми виявили, що на сьогодні в економічній літературі не існує єдиної точки зору щодо класифікації та характеристики таких підходів. Так більшість науковців [1-3; 5-9] виділяють три підходи до формування оборотного капіталу: агресивний, помірний та консервативний, Пельтек Л. В., Писаренко С. М. [10] доповнюють їх ідеальним, а Єрмак С. О. [4] – обмежувальним та абсурдним. Незважаючи на назву таких підходів (підходи до формування оборотних коштів, політика формування оборотного капіталу, моделі управління грошовими потоками та ін.), вони мають спільні риси: їх суть зводиться до визначення конкретних джерел формування оборотного капіталу в межах кожного підходу та встановлення співвідношення між рівнем операційних і фінансових ризиків та рівнем ефективності використання фінансових ресурсів.

Найчастіше в назвах підходів зустрічаються терміни формування і фінансування оборотного капіталу, тому

необхідно встановити зв'язок між цими поняттями. Формування оборотного капіталу передбачає обґрунтування необхідних обсягів оборотного капіталу та його складових. Як правило, в економічній літературі виділяють такі джерела формування оборотного капіталу, як власні (статутний капітал, резервний капітал, нерозподілений прибуток, ін.), позичені (кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, ін.) та залучені (короткострокові та довгострокові кредити банків, ін.) фінансові ресурси. Під фінансуванням оборотного капіталу слід розуміти виділення коштів для завершення певної операції чи для покриття потреби в предметах праці. Отже, можна стверджувати, що фінансування оборотного капіталу відбувається за рахунок попередньо сформованих джерел, тобто фінансування неможливе без формування оборотного капіталу.

У перерахованих підходах деякі науковці поділяють оборотний капітал на постійну і змінну частину. Постійна частина складає незмінну частину капіталу, що не залежить від сезонних та інших коливань операційної діяльності підприємства і не пов'язана з формуванням запасів товарно-матеріальних цінностей сезонного зберігання дострокового завою. Іншими словами, це мінімум оборотного капіталу, що постійно знаходиться в розпорядженні підприємства і необхідний для здійснення виробничої діяльності. Змінна частина оборотного капіталу – це та, що змінюється разом з сезонними або циклічними коливаннями в діловій активності підприємства. Іншими словами, ця категорія відображає додаткову потребу в оборотному капіталі в пікові періоди або виступає як страховий запас.

Відмінності у підходах полягають у визначенні джерел фінансування (табл. 1). Наприклад, як представник консервативного підходу, Гринкевич С. С. вважає, що за рахунок власного капіталу і довгострокових зобов'язань фінансується приблизно 50% змінного оборотного капіталу, Дейнека О. В. стверджує, що з цих джерел можна профінансувати ще й постійну частину оборотного капіталу, а Гоцуляк С. М. припускає, що 50% змінної частини і 100% постійної фінансується лише за рахунок довгострокових зобов'язань. Подібні суперечності зустрічаються і в інших підходах науковців.

Таблиця 1. Характеристика підходів науковців до формування оборотного капіталу на підприємстві

Автори	Назва підходу	Склад	Характеристика	Позиція автора
1	2	3	4	5
Павленко О. І., Мельничук К.С.	Підходи до формування оборотних коштів	Консервативний	Передбачає повне забезпечення поточної потреби в усіх видах оборотних коштів, що забезпечують нормальний перебіг операційної діяльності; створює високі розміри їх резервів на випадок непередбачених складнощів у забезпеченні підприємства сировиною та матеріалами, погіршення внутрішніх умов виробництва продукції, затримки оплати дебіторської заборгованості, активізації попиту покупців тощо.	Не виділяються конкретні джерела формування оборотних коштів (власні, залучені чи позичені). Увага акцентується на тому їх обсязі, який необхідний для здійснення операційної діяльності на підприємстві.
		Помірний	Спрямований на забезпечення повного задоволення поточної потреби в усіх видах оборотних коштів і створення нормальних страхових їх розмірів на випадок збоїв під час операційної діяльності підприємства.	
		Агресивний	Полягає в мінімізації усіх форм страхових резервів за окремими видами оборотних коштів.	
Гринкевич С. С., Худа У.О.	Підходи до фінансування різних груп активів за рахунок пасивів балансу	Консервативний	Приблизно 50% змінної частини оборотних активів формують за рахунок короткострокових зобов'язань. Решту 50% змінної частини покривають власним капіталом і довгостроковими зобов'язаннями.	Розглядається фінансування різних груп активів (у тому числі необоротних). Оборотні активи – постійні та змінні. У консервативному підході не вказані джерела формування постійної частини оборотних активів.
		Помірний	100% частини оборотних активів, що варіюється, формують за рахунок короткострокових зобов'язань, а 100% постійної частини – за рахунок власних коштів. Необоротні активи відшкодовують за рахунок частини власного капіталу і довгострокових зобов'язань.	
		Агресивний	100% змінної і 50% незмінної частин оборотних активів покривають за рахунок короткострокових зобов'язань. Решту 50% незмінної частини оборотних активів і необоротні активи – за рахунок власного капіталу і довгострокових зобов'язань.	
Єрмак С. О.	Політика формування оборотного капіталу	Обмежувальна	Оборотний капітал формується за рахунок тільки власного оборотного капіталу.	Розширюється перелік вище згаданих підходів ще двома: обмежувальною та абсурдною політикою. Хоча науковець не поділяє оборотний капітал на змінну та постійну частину,
		Консервативна	Оборотний капітал формується за рахунок власного оборотного капіталу і невеликої частки позикового капіталу.	
		Компромісна	Оборотний капітал формується за рахунок позикового капіталу і невеликої частки власного оборотного капіталу.	
		Агресивна	Оборотний капітал формується тільки за рахунок позикового капіталу. Власний оборотний капітал відсутній.	
		Абсурдна	Оборотний капітал формується тільки за рахунок позикового капіталу. Власний оборотний капітал від'ємний.	

Продовження табл. 1.

1	2	3	4	5
Єрмак С. О.	Політика авансування оборотного капіталу	Обмежувальна	Передбачає задоволення поточної потреби у всіх видах оборотних активів, а також створення резервів оборотних активів на непередбачений випадок відповідно до наявності власного оборотного капіталу.	погляди щодо політики формування оборотного капіталу певною мірою збігаються з поглядами Гринкевич С. С. та Кустріч Л. О., а політика авансування, незважаючи на іншу назву, перекликається з політикою формування оборотних коштів Павленка О. І. та Мельничук К.С.
		Консервативна	Передбачає повне задоволення поточної потреби у всіх видах оборотних активів, а також створення високих розмірів резервів оборотних активів на непередбачений випадок.	
		Компромісна	Спрямована на забезпечення повного задоволення поточної потреби в усіх видах оборотних активів і створення нормальних страхових їх розмірів на випадок найбільш типових збоїв у господарчій діяльності.	
		Агресивна	Передбачає мінімізацію всіх форм страхових резервів за окремими видами оборотних активів.	
		Абсурдна	Передбачає відмову від усіх форм страхових резервів за окремими видами оборотних активів.	
Дейнека О. В., Юрченко К.М.	Підходи до фінансування оборотних активів	Консервативний	Передбачає фінансування за рахунок власного і довгострокового позикового капіталу постійної частини оборотних активів і половини змінної.	Спостерігається певна паралель з поглядами Гринкевича С. С., наприклад, щодо агресивного підходу; у помірному підході щодо фінансування змінних активів тощо.
		Помірний (компромісний)	Припускає, що за рахунок власного і довгострокового позикового капіталу фінансується постійна частина оборотних активів, а за рахунок короткострокового позикового капіталу – змінна частина.	
		Агресивний	Передбачає фінансування за рахунок власного й довгострокового позикового капіталу невеликої частки постійної частини, а решта – за рахунок короткострокового позикового капіталу.	
Кустріч Л. О.	Підходи до фінансування оборотних активів	Консервативний	Постійні оборотні активи, 50% змінних оборотних активів і 90% необоротних активів фінансуються за рахунок власного капіталу; 10% необоротних активів – за рахунок довгострокових зобов'язань, 50% змінних оборотних активів – за рахунок короткострокових зобов'язань.	Найбільш детально, порівняно з іншими науковцями, розписані джерела фінансування постійної і змінної частин оборотних активів, та окремо необоротних активів (незважаючи на назву підходу).
		Помірний	Змінні оборотні активи фінансуються за рахунок короткострокових зобов'язань; 25% постійних оборотних активів і 20% необоротних активів – за рахунок довгострокових зобов'язань, решта – за рахунок власного капіталу.	
		Агресивний	Змінні оборотні активи фінансуються за рахунок короткострокових зобов'язань; 50% постійних оборотних активів і 40% необоротних активів – за рахунок довгострокових зобов'язань, решта – за рахунок власного капіталу.	
Гоцуляк С. М.	Моделі управління грошовими потоками	Консервативна	Довгостроковий капітал використовується для фінансування усіх постійних потреб в обігових засобах, а також для задоволення частини або усіх сезонних потреб.	Акцентується увага лише на позикових коштах. Очевидно, що фінансування інших потреб відбувається за рахунок власних.
		Ліберальна	Є проміжним варіантом між консервативним і агресивним підходами.	
		Агресивна	Базується на фінансуванні частини або навіть усієї суми постійних обігових коштів короткостроковими джерелами.	

Закінчення табл. 1.

1	2	3	4	5
Бенжанір І. А.	Політика формування оборотних засобів	Консервативна	Надає перевагу власному капіталу у фінансуванні оборотних засобів і передбачає низьку питому вагу короткострокового кредиту, що залучається з цією метою.	Підтримується позиція Єрмак С. О. щодо формування оборотного капіталу у розрізі консервативної, помірної та агресивної політики.
		Помірна	Передбачає пропорційне використання власного і позикового капіталу підприємства.	
		Агресивна	Передбачає абсолютну перевагу короткострокового кредиту в загальній сумі оборотного капіталу.	
Блонська В. І. Толопка Н. Б.	Моделі стратегії фінансування оборотних коштів	Консервативна	Характеризується низькою питоною вагою короткострокових зобов'язань. Оборотні активи фінансуються в основному за рахунок власних коштів і довгострокових джерел.	Спостерігаються певні спільні риси щодо фінансування оборотних коштів з поглядами Бенжанір І. А. та Єрмак С. О. Лише агресивна модель враховує постійні і змінні оборотні кошти.
		Компромісна	Фінансування оборотних активів відбувається як за рахунок довгострокових, так і короткострокових зобов'язань.	
		Агресивна	Полягає у фінансуванні на довгостроковій основі необоротних активів і постійної частини оборотних активів. Змінна частина повністю покривається за рахунок короткострокової заборгованості.	
Пельтек Л. В., Писаренко С. М.	Підходи до фінансування оборотних активів	Ідеальний	Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних активів. Чисті оборотні активи дорівнюють нулю.	Трактування підходів відрізняється від поглядів інших науковців. Чисті оборотні активи – це перевищення оборотних активів над поточними зобов'язаннями. Отже, якщо чисті оборотні активи дорівнюють нулю, то оборотні активи покриваються за рахунок поточних зобов'язань.
		Агресивний	Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних активів та постійної частини оборотних активів. Чисті оборотні активи дорівнюють постійній частині оборотних активів.	
		Консервативний	Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних та оборотних активів. Чисті оборотні активи дорівнюють оборотним активам.	
		Компромісний	Довгострокові зобов'язання є джерелами покриття необоротних активів, постійної частини оборотних активів та приблизно половини змінної частини оборотних активів. Чисті оборотні активи дорівнюють сумі постійної частини оборотних активів та половині змінної частини оборотних активів	

Метою дослідження є визначення підходу формування оборотного капіталу на промислових підприємствах в Україні та зіставлення результату з показниками ефективності використання оборотного капіталу і ліквідності.

Вибрані підходи до формування оборотного капіталу, відображаючи різні співвідношення рівня ефективності їх використання і ризику, зрештою визначають обсяг цього капіталу і його рівень відносно обсягу операційної діяльності.

Консервативний підхід гарантує мінімізацію операційних і фінансових ризиків, але негативно позначається на ефективності використання оборотного капіталу — його оборотності і рівні рентабельності. Основними ознаками підходу є висока ліквідність підприємств, а також низька оборотність оборотного капіталу і низький рівень рентабельності оборотного капіталу. При помірному підході

забезпечується середнє для реальних господарських умов співвідношення між рівнем ризику і рівнем ефективності використання фінансових ресурсів. Цей підхід забезпечує прийнятний рівень ліквідності підприємства та рентабельності оборотного капіталу. Суть агресивного підходу зводиться до мінімізації всіх форм страхових резервів за окремими видами оборотного капіталу. Такий підхід забезпечує найвищий рівень ефективності його використання при умові відсутності збоїв у процесі операційної діяльності. Для нього характерна висока оборотність оборотного капіталу та високий рівень рентабельності поряд із низькою ліквідністю.

Враховуючи погляди науковців, проведемо дослідження на основі статистичної інформації [11], поданої у табл. 2, щодо вибору підходу формування оборотного капіталу на промислових підприємствах в Україні у 2010-2011рр.

Таблиця 2. Фінансові показники діяльності промислових підприємств в Україні за 2010-2011рр.

	Показники	Сума, млн грн	Показники	Сума, млн грн
Станом на 31.12.2010р.	Необоротні активи	583432,1	Власний капітал	424545,4
	Постійна частина оборотного капіталу	568639,8		
	Запаси	159183,4	Довгострокові зобов'язання	184079,9
	Дебіторська заборгованість	409456,4		
	Змінна частина оборотного капіталу	73129,7		
	Грошові кошти	31846,0	Короткострокові зобов'язання	584974,7
	Інші оборотні активи	31161,6		
	Витрати майбутніх періодів	10122,1		
Усього активів	1225202	Усього джерел формування	1193600	
Станом на 31.12.2011р.	Необоротні активи	659349,1	Власний капітал	424868,9
	Постійна частина оборотного капіталу	643622,4		
	Запаси	189156,6	Довгострокові зобов'язання	185353,2
	Дебіторська заборгованість	454465,8		
	Змінна частина оборотного капіталу	82692,8		
	Грошові кошти	38526,6	Короткострокові зобов'язання	594273,7
	Інші оборотні активи	31426,4		
	Витрати майбутніх періодів	12739,6		
Усього активів	1385664,3	Усього джерел формування	1204495,8	

Результати дослідження за трьома основними підходами (консервативним, помірним та агресивним) згруповані у табл. 3, у якій «+» означає, що умови

формування оборотного капіталу виконуються повністю (згідно табл. 1); «+ -» – умови виконуються частково; «-» – умови не виконуються.

Таблиця 3. Виконання умов у підходах формування оборотного капіталу

Науковці	Консервативний		Помірний		Агресивний	
	2010р.	2011р.	2010р.	2011р.	2010р.	2011р.
Гринкевич С. С., Худа У.О.	+ -	+	+ -	+ -	+ -	+ -
Єрмак С. О.	-	-	+ -	+ -	-	-
Дейнека О. В., Юрченко К.М.	+	-	+	+ -	+	+
Кустріч Л. О.	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -
Гоцуляк С. М.	-	-	-	-	-	-
Бенжанір І. А.	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -	+ -
Блонська В. І., Толопка Н. Б.	-	-	+ -	+ -	+ -	+ -
Пельтек Л. В., Писаренко С. М.	-	-	-	-	-	-

Дослідження щодо можливості застосування теоретичних підходів формування оборотного капіталу у сучасних умовах функціонування промислових підприємств показало неоднозначні результати: абсолютне невиконання умов у межах конкретних

підходів науковців; часткове виконання умов (у більшості науковців); виконання умов одночасно за консервативним, помірним та агресивним підходами у 2010р. згідно з поглядами Дейнеки О. В., Юрченка К. М.

Отже, на основі проведених досліджень неможливо точно визначити, який саме підхід формування оборотного капіталу на практиці використовують промислові підприємства. Очевидно, це альтернативний варіант між помірним і агресивним підходами.

Цікавим є аналіз показників ефективності використання оборотного капіталу і ліквідності, за допомогою яких також можна прослідкувати застосування підходів формування оборотного капіталу. Динаміка показників подана на рис. 1.

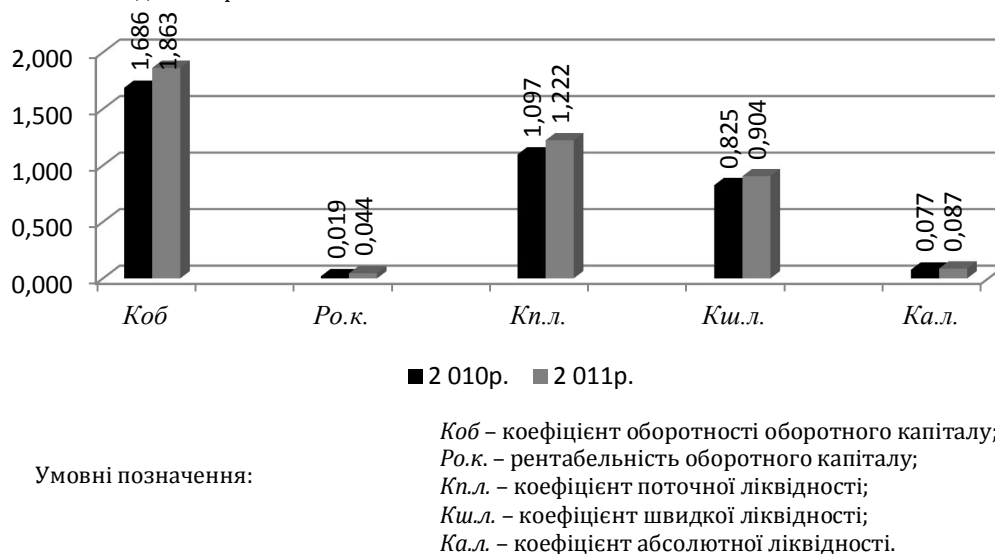


Рис. 1. Динаміка показників ефективності використання оборотного капіталу та показників ліквідності промислових підприємств в Україні у 2010-2011рр.

Що вища швидкість обороту капіталу, то менше коштів потрібно для здійснення господарської діяльності, нижча собівартість і вищі кінцеві фінансові результати. Збільшення значення *Кобу* 2011р. свідчить про прискорення обороту оборотного капіталу в промисловості. Рентабельність оборотного капіталу характеризує частку в ньому чистого прибутку, тобто визначає розмір віддачі, що припадає на кожну гривню, вкладену в оборотний капітал. У цьому випадку рентабельність свідчить про низьку ефективність використання оборотного капіталу на промислових підприємствах.

Ймовірність настання фінансових чи операційних ризиків на підприємствах оцінюється за допомогою показників ліквідності. Оскільки значення показників поточної і швидкої ліквідності знаходяться в межах норми (*Кп.л.* > 1, *Ки.л.* - у межах 0,7 - 0,9), то промислові підприємства мають можливість розраховуватися за своїми короткостроковими зобов'язаннями протягом року. Коефіцієнт абсолютної ліквідності характеризує негайну готовність підприємства ліквідувати свою короткострокову заборгованість, тобто характеризує платоспроможність підприємства на дату складання балансу. Оптимальне значення *Ка.л.* - у межах 0,2 - 0,35, тобто підприємства не мають можливості негайно покрити свої борги.

Забезпечення середнього для реальних господарських умов співвідношення між рівнем ризику і рівнем ефективності використання фінансових ресурсів - це ознака помірної підходу формування оборотного капіталу.

Отже, з одного боку, у 2011 р. промислове виробництво в Україні продовжило післякризове зростання, про що свідчить зростання величини

коефіцієнт оборотності та рентабельність характеризують ефективність використання оборотного капіталу. Коефіцієнт оборотності використовується як показник активності відтворення оборотного капіталу. Його значення суттєво відрізняється в межах галузей промисловості, наприклад, у харчовій промисловості воно може в десятки разів перевищувати середнє по промисловості, а в машинобудуванні - бути меншим 1.

проаналізованих показників. Але, з іншого боку, враховуючи невисокі значення цих показників, - слід говорити про відсутність налагодженої і працюючої системи управління оборотним капіталом на промислових підприємствах. Це пов'язано з зовнішніми і внутрішніми чинниками. До зовнішніх належать відсутність платоспроможного попиту населення, скорочення попиту інших галузей промисловості на вітчизняну продукцію, зниження конкурентоспроможності продукції, підвищення відсоткових ставок на позичковий капітал, зниження курсу національної валюти та ін. До внутрішніх чинників, від яких залежить розмір і стан оборотного капіталу, належать: зменшення фінансування оборотного капіталу за рахунок власних джерел, відсутність в управлінського персоналу підприємств методики ефективного управління своїми фінансовими ресурсами та забезпечення контролю за кругообігом оборотного капіталу, ін.

Формування оборотного капіталу розглядають як постійний процес, що забезпечує прийняття управлінських рішень щодо необхідного обсягу оборотного капіталу, який би забезпечував прибутковість, платоспроможність і фінансову стійкість промислових підприємств. В економічній літературі найчастіше зустрічається три підходи до формування оборотного капіталу: консервативний, помірний та агресивний. Вони допомагають знайти компроміс між ліквідністю і ефективністю роботи промислових підприємств. При консервативному підході підприємницький ризик є мінімальним і забезпечується менша віддача (оборотність, рентабельність), помірний підхід супроводжується середнім ризиком і середньою віддачею, агресивний - високим ризиком і високим

рівнем ефективності використання капіталу.

Практична апробація підходів формування оборотного капіталу показала, що сучасні специфічні умови функціонування промислових підприємств характеризуються ризиковістю та невизначеністю і не обмежують застосування загальновідомих підходів формування оборотного капіталу. На основі проведених

досліджень щодо використання вище згаданих підходів на промислових підприємствах можна зробити висновок про певну альтернативу між помірним та агресивним підходами. Це зумовлює необхідність подальших досліджень у напрямку формування оборотного капіталу у певній галузі промисловості чи на конкретних підприємствах.

Список літератури

1. Павленко О. І. Теоретичні аспекти управління використанням оборотних коштів підприємств / О. І. Павленко // *Економіка, планування та управління в галузях : збірник науково-технічних праць*. – № 21.17, 2011. – С. 247-253.
2. Мельничук К. С. Управління оборотними активами підприємств як необхідна складова забезпечення їх ефективної діяльності / К. С. Мельничук // *Наука й економіка*. – 2009. – № 4 (16). – С. 108-112.
3. Гринкевич С. С. Управління структурою капіталу підприємства в контексті управління фінансовими ризиками / С. С. Гринкевич, У. О. Худа // *Економічний простір* – 2012. – №59. – С. 149-155.
4. Єрмак С. О. Теоретико-методичний інструментарій формування комбінованих політик управління оборотним капіталом / С. О. Єрмак. *Економіка промисловості*. №54(2-3), 2011, с. 242-250.
5. Дейнека О. В. Оптимізація структури джерел формування оборотного капіталу підприємства. / О. В. Дейнека, К. М. Юрченко. // *Інноваційна економіка*. – 2012. – №3. – С. 257-260.
6. Кустріч Л. О. Підвищення рівня управління оборотним капіталом / Л. О. Кустріч // *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. – 2010. – №3. – С. 103-106.
7. Гоцуляк С. М. Проблеми фінансування обігових коштів. / С. М. Гоцуляк // *Вісник соціально-економічних досліджень*. – 2007. – № 24. – С. 63-67.
8. Бенжанір І. А. Джерела формування оборотних засобів підприємств спирто-продуктового підкомплексу АПК: теоретичний аспект / І. А. Бенжанір // *Економічний простір*. – 2008. – №12/2. – С. 5-12.
9. Блонська В. І. Вдосконалення системи управління оборотними коштами торговельного підприємства / В. І. Блонська, Н. Б. Толочка // *Наука й економіка*. – 2010. – № 3 (19). – С. 122-129.
10. Пельтек Л. В. Методологічні аспекти формування системи управління оборотними активами підприємства / Л. В. Пельтек, С. М. Писаренко // *Вісник Запорізького національного університету*. – 2010. – № 1(5). – С. 43-49.
11. *Ukrstat.gov.ua*.

РЕЗЮМЕ

Чубка Ольга

Характеристика підходів к формированию оборотного капитала промышленных предприятий

Рассмотрены подходы ученых к формированию оборотного капитала на предприятиях. Проведено исследование их применения в современных условиях хозяйствования на примере промышленных предприятий. Проанализированы показатели ликвидности и эффективности использования оборотного капитала за 2010-2011 гг и полученные результаты сопоставлены с подходами к формированию оборотного капитала.

RESUME

Chubka Olga

Characteristics of the approaches to the formation of working capital of industrial enterprises

The approaches of scientists to the formation working capital facilities on the industrial enterprises are considered. A study of their use in the current economic conditions on the example of industrial enterprises is carried out. There have been analyzed the liquidity and efficiency of working capital in the period of 2010-2011. The results are compared with the approaches to the formation of working capital.

Стаття надійшла до редакції 21.02.2013 р.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ДІАГНОСТИКИ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РИЗИКІВ АВІАТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті запропоновано методичний підхід для комплексної діагностики інвестиційних ризиків, подано результати оцінки інвестиційних ризиків авіатранспортних підприємств.

Ключові слова: інвестиційні ризики, інвестиційний клімат, інвестиційний потенціал, діагностика інвестиційних ризиків.

Планування та реалізація інвестиційних проектів відбувається в умовах невизначеності, тому ризик є невід'ємним атрибутом здійснення інвестиційної діяльності.

Сучасна практика ризик-менеджменту базується саме на проактивному підході до управління ризиками, що передбачає необхідність попередньої діагностики факторів як зовнішнього середовища, що характеризують інвестиційний клімат підприємства, так і внутрішніх, які визначають інвестиційний потенціал підприємства, з метою своєчасного виявлення та нівелювання інвестиційних ризиків. Тому процес управління інвестиційними ризиками повинен бути безперервним на всіх фазах життєвого циклу проекту за допомогою моніторингу, контролю і внесення своєчасних коректив. Цей процес повинен базуватися на результатах діагностики інвестиційних ризиків.

У світовій і вітчизняній економічній думці сформовано багато методичних підходів до діагностики інвестиційних ризиків. Вагомий внесок у дослідження цього питання зробили науковці: С. М. Бевз, О. Г. Величко, В. А. Верба, П. І. Верченко, В. В. Вітлінський [2], О. Д. Вовчак, Д. А. Горючий [4], В. Г. Дідик, О. А. Загородніх, А. В. Матвійчук [7], С. О. Москвін [8], В. Ю. Нестеренко [4], В. А. Новіков, М. В. Петрів [9], С. І. Прилипко, Д. М. Руденко [9], В. П. Савчук, Ю. А. Сулик, Т. Є. Унковська та інші. Проте, незважаючи на вагомий напрацювання в цьому напрямі, питання діагностики інвестиційних ризиків залишаються відкритими.

Метою статті є розробка методичного підходу для діагностики інвестиційних ризиків авіатранспортних підприємств з метою їх подальшої мінімізації при прийнятті управлінських рішень.

Можливість прогнозувати з максимальним ступенем ймовірності ту чи іншу ситуацію в майбутньому дозволяє скоригувати в планах і прогнозах стратегію протидії ризику, тобто підвищити ризикоадаптивність здійснення інвестиційної діяльності. Тому важливе місце в процесі управління інвестиційними ризиками посідає їх діагностика. Під інвестиційним ризиком ми розуміємо фактор невизначеності, що обумовлено можливістю виникнення в ході реалізації інвестиційної діяльності підприємством несприятливих умов, ситуацій та наслідків.

У сучасній економічній практиці серед методів аналізу ризику найпоширенішими є: статистичні методи, експертні методи, комбіновані методи.

Статистичні методи оцінки рівня ризику передбачають проведення економіко-математичних

розрахунків для визначення таких показників, як дисперсія, середньоквадратичне відхилення, коефіцієнт ризику.

Оцінка рівня ризику експертним методом здійснюється на підставі опитування групи експертів, якими виступають провідні спеціалісти в галузі інвестування.

Комбінований метод передбачає використання декількох методів одночасно [2-3;6].

Кожен із перерахованих методів має свої переваги і недоліки та обирається підприємством залежно від поставленої мети, завдань і своїх можливостей.

Діагностика інвестиційних ризиків здійснюється в наступній послідовності:

I етап: ідентифікація інвестиційних ризиків, що виникають у процесі формування і розвитку інвестиційного потенціалу та інвестиційного клімату;

II етап: визначення значущості видів інвестиційних ризиків;

III етап: кількісна оцінка інвестиційних ризиків;

IV етап: визначення статусу видів інвестиційних ризиків;

V етап: побудова карти інвестиційних ризиків.

На першому етапі здійснюємо ідентифікацію інвестиційних ризиків. У їх складі слід виокремити ризики, які виникають у процесі формування і розвитку інвестиційного потенціалу підприємства, і ризики, які характеризують вплив зовнішнього середовища і формують інвестиційний клімат. Кількість і види ризиків можуть змінюватися залежно від умов господарювання і мети здійснення діагностики.

На другому етапі здійснюємо ранжування видів інвестиційних ризиків за допомогою методу парних порівнянь. Кожному з них привласнюється вага, що відповідає його рангу значущості.

За оцінками експертів найбільш значущими ризиками інвестиційного клімату є ризик підвищення рівня цін на сировину, енергію, комплектуючі (0,145 балів), ризик зміни податкового законодавства і коливання ринкової кон'юнктури (0,127 балів), неправильна оцінка інвестиційного потенціалу й зниження ефективності інвестиційної діяльності через проблеми взаємодії з контрагентами (0,109 балів).

Серед ключових факторів ризику інвестиційного потенціалу підприємства найбільше значення одержали: відсутність продуманої інвестиційної політики (0,095 бала), зниження ефективності управління інвестиційним потенціалом й висока витратовіддача (0,086 балів).

Третій етап діагностики передбачає оцінку ризику за наступними формулами [5]:

$$R = \sum_{j=1}^n R_j g_j, \quad (1),$$

де: R – загальний показник інвестиційного ризику;

g_j – вага j -го виду ризику;

R_j – кількісна оцінка j -го виду ризику;

j – вид ризику.

$$R_j = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^{nj} R_{ij} g_{ij}, \quad (2),$$

де: R_{ij} – бальна оцінка i -го фактору в j -му виді ризику;

g_{ij} – вага i -го фактору в j -му виді ризику;

n_j – кількість факторів, що враховуються в j -му виді ризику;

m – розмах бальної шкали, у межах якої здійснюється оцінка факторів.

Запропонований методичний підхід діагностики інвестиційних ризиків був апробований на 7 вітчизняних аеропортах, які займають різні ніші в обсягах пасажирських і вантажних перевезень. Отримані результати оцінки ризику інвестиційного клімату на прикладі КП «МА «Донецьк» наведено у таблиці 1, ризику інвестиційного потенціалу – у таблиці 2.

**Таблиця 1. Узагальнена оцінка ризику інвестиційного клімату
КП «МА «Донецьк»**

№ з/п	Ключові фактори ризику (індикатори)	Вага i -го фактору в j -му виді ризику, g_{ij}	КП «МА «Донецьк»	
			оцінка i -го фактору в j -му виді ризику, R_{ij}	$g_{ij} R_{ij}$
1.	Неправильна оцінка інвестиційного клімату	0,109	1	0,109
2.	Підвищення рівня інфляції	0,073	2	0,146
3.	Змінність пріоритетів у системі державного регулювання розвитку авіаційної галузі	0,091	1	0,091
4.	Підвищення рівня цін на сировину, енергію, комплектуючі	0,145	2	0,29
5.	Зниження ефективності інвестиційної діяльності через проблеми взаємодії з контрагентами	0,109	0	0
6.	Недостатність інформації про зовнішнє середовище інвестування	0,055	0	0
7.	Зміни податкового законодавства	0,127	1	0,127
8.	Нестабільність нормативного поля режиму інвестування	0,036	1	0,036
9.	Несприятливі соціально-політичні умови	0,073	0	0
10.	Коливання ринкової кон'юнктури	0,127	1	0,127
11.	Зміна умов зовнішньоекономічної діяльності	0,055	0	0
Кількісна оцінка ризику інвестиційного клімату, R_{ik}		1,0	0,309	

У результаті дослідження було встановлено, що найбільший рівень ризику інвестиційного клімату спостерігається у ДП «МА Львів» (0,679 бала), найнижчий – у КП «МА «Донецьк» (0,309).

Якщо розглядати складові ризику інвестиційного клімату, то слід зазначити, що найбільшу кількісну оцінку у всіх досліджуваних підприємств отримали ризики підвищення рівня цін на сировину, енергію, комплектуючі (0,29-0,435 бала). На другому місці за силою впливу знаходиться ризик підвищення рівня інфляції (ОКП «Аеропорт Суми» – 0,219 бала, КП «МА «Донецьк» і МА «Харків» – 0,146 бала). Також сильний вплив ризику коливання ринкової кон'юнктури відчувають ВАТ МА «Сімферополь» – 0,254 бала і ДП «МА «Львів» – 0,381 бала; зміни податкового законодавства ОКП «Аеропорт Полтава» – 0,254 бала. При цьому на деяких підприємствах відсутній вплив таких ризиків, як: неправильна оцінка інвестиційного клімату; змінність пріоритетів у системі державного регулювання розвитку авіаційної галузі; зниження ефективності інвестиційної діяльності через проблеми взаємодії з контрагентами; недостатність інформації про зовнішнє

середовище інвестування; нестабільність нормативного поля режиму інвестування; несприятливі соціально-політичні умови. Ризик зміни умов зовнішньоекономічної діяльності впливає лише на ДП «МА «Львів» – 0,165 бала і ВАТ МА «Сімферополь» – 0,055 бала. На інші досліджувані підприємства цей ризик впливу не має.

Результати дослідження свідчать, що суттєвими для підприємств ризиками інвестиційного потенціалу виявилися: низький рівень науково-дослідної роботи; висока витратовіддача; зміна пріоритетів у розподілі фінансових ресурсів. Також на ОКП «Аеропорт Полтава» і ВАТ МА «Сімферополь» вплив виявлено з боку ризику зниження інноваційної активності (0,152 – 0,228 бала). ОКП «Аеропорт Суми» відчуває високий вплив ризику низького ступеня забезпечення технологічними ресурсами (0,228 бали). Водночас у більшості досліджуваних підприємств спостерігається відсутність впливу таких ризиків, як: уповільнення життєвого циклу інвестиційного проекту; недостатня гнучкість інвестиційного проекту.

**Таблиця 2. Узагальнена оцінка ризику інвестиційного потенціалу
КП «МА «Донецьк»**

№ з/п	Ключові фактори ризику (індикатори)	Вага <i>i</i> -го фактору в <i>j</i> -му виді ризику, g_{ij}	КП «МА «Донецьк»	
			оцінка <i>i</i> -го фактору в <i>j</i> -му виді ризику, R_{ij}	$g_{ij} R_{ij}$
1.	Ризик уповільнення життєвого циклу інвестиційного проекту	0,067	0	0
2.	Низький ступінь забезпечення технологічними ресурсами	0,076	1	0,076
3.	Неефективна система збору інформації, її обробка і систематизація	0,029	0	0
4.	Низький ступінь використання інформаційних ресурсів для прийняття інвестиційних рішень	0,048	1	0,048
5.	Низький рівень науково-дослідної роботи	0,076	0	0
6.	Відсутність продуманої інвестиційної політики	0,095	2	0,190
7.	Недостатній рівень інвестиційної компетентності персоналу	0,067	0	0
8.	Зміна пріоритетів у розподілі фінансових ресурсів	0,076	2	0,152
9.	Недостатня гнучкість інвестиційного проекту	0,057	1	0,057
10.	Необґрунтоване прийняття рішень в області управління інвестиційним потенціалом	0,057	1	0,057
11.	Зниження інноваційної активності	0,076	0	0
12.	Зниження ефективності управління інвестиційним потенціалом	0,086	0	0
13.	Висока витратовіддача	0,086	2	0,172
14.	Низька ліквідність інвестицій	0,038	2	0,076
15.	Недостатній рівень забезпечення екологічної безпеки	0,067	2	0,134
Кількісна оцінка ризику інвестиційного потенціалу, R_{in}		1,0	0,321	

Наступним кроком діагностики є визначення загальної оцінки інвестиційного ризику досліджуваних підприємств за наступною формулою:

$$R_z = \alpha_1 R_{ik} + \alpha_2 R_{in}, \quad (3)$$

де R_z - загальна оцінка інвестиційного ризику;

R_{ik} - кількісна оцінка ризику інвестиційного клімату;

R_{in} - кількісна оцінка ризику інвестиційного потенціалу;

α_1, α_2 - вагові коефіцієнти.

На основі аналізу оцінок експертів визначено ступінь важливості кожного виду ризиків: ризик інвестиційного клімату – 0,387; ризик інвестиційного потенціалу – 0,613. У таблиці 3 наведено результати загальної оцінки інвестиційного ризику досліджуваних підприємств.

За результатами дослідження робимо висновок, що найбільший рівень інвестиційного ризику спостерігається у ОКП «Аеропорт Суми» (0,579 бала) і ОКП «Аеропорт Полтава» (0,575 бала), найменший рівень – КП «МА «Донецьк» (0,317 бала).

Четвертий етап оцінки передбачає визначення статусу інвестиційного ризику за допомогою експертних оцінок. Для цього пропонуємо використовувати коефіцієнт статусу ризику, значення якого варіюються від -1,0 (ризикова ситуація має

критичний стан) до +1,0 (ризикова ситуація дуже сильно поліпшується).

На п'ятому етапі оцінки, за даними кількісної оцінки інвестиційного ризику і його статусу, з використанням комп'ютерної програми EXCEL будуємо карту інвестиційного ризику і визначаємо зони ризику для кожного досліджуваного підприємства. Приклад такої побудови для КП «МА «Донецьк» зображено на рис. 1, 2.

Отримані результати дослідження свідчать, що для більшості досліджених підприємств у зоні підвищеного ризику знаходяться такі ключові фактори ризику, як: низький рівень науково-дослідної роботи; підвищення рівня цін на сировину, енергію, комплектуючі; підвищення рівня інфляції; висока витратовіддача. У безризиковій зоні знаходяться такі ключові фактори ризику, як: неефективна система збору інформації, її обробка і систематизація; уповільнення життєвого циклу інвестиційного проекту; недостатня гнучкість інвестиційного проекту.

Спроможність підприємства до своєчасного виявлення, оцінки інвестиційних ризиків і використання відповідної стратегії щодо нівелювання їх негативного впливу і характеризує таку властивість підприємства як ризикоадаптивність інвестиційної діяльності. Розглянута методика оцінки інвестиційного ризику становить наочний і простий у використанні метод оцінки інвестиційних ризиків. Може використовуватися підприємствами в якості ефективного і дієвого аналітичного інструменту, який

дозволяє не залучати зовнішніх консультантів, прийняття управлінських рішень у сфері інвестиційної заощадити фінансові кошти і час для своєчасного діяльності.

Таблиця 3. Загальна оцінка інвестиційного ризику досліджуваних підприємств

Показник	Аеропорти						
	КП «МА «Донецьк»	Обласне КП «Аеропорт Полтава»	ДП «МА «Львів»	ДП МА «Бориспіль»	Обласне КП «Аеропорт Суми»	ВАТ «МА «Сімферополь»	МА «Харків»
Кількісна оцінка ризику інвестиційного клімату, R_{ik}	0,309	0,466	0,679	0,381	0,509	0,424	0,490
Кількісна оцінка ризику інвестиційного потенціалу, R_{in}	0,321	0,645	0,435	0,315	0,623	0,365	0,521
Загальна оцінка інвестиційного ризику, R_z	0,317	0,575	0,530	0,340	0,579	0,388	0,509

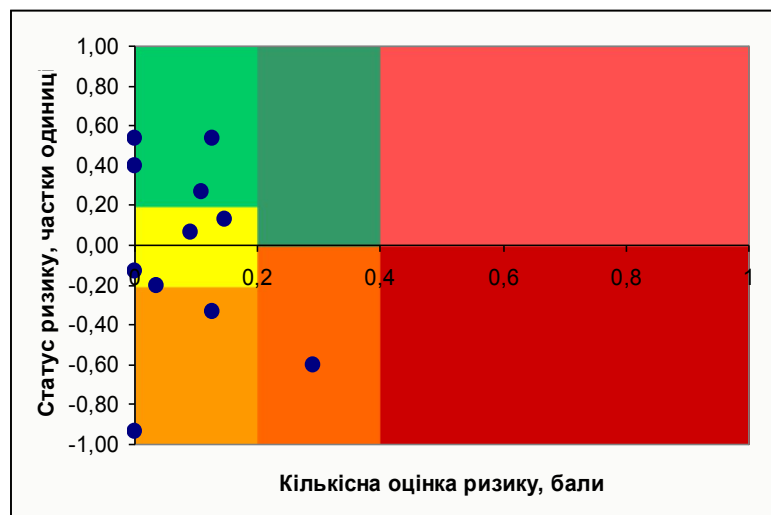


Рис. 1. Карта ризику інвестиційного клімату КП «МА «Донецьк»

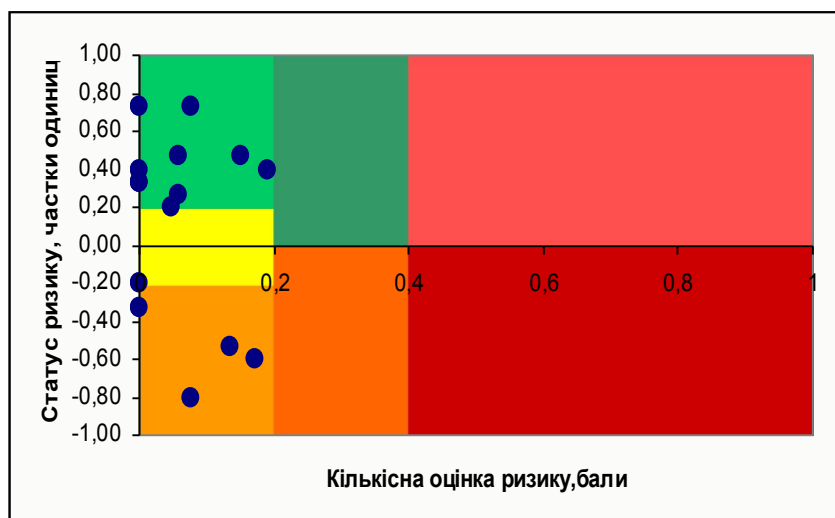


Рис. 2. Карта ризику інвестиційного потенціалу КП «МА «Донецьк»

Список літератури

1. Балабанова І. В. Управління конкурентною раціональністю: монографія / І. В. Балабанова – Донецьк: ДонДУЕТ, 2008. – 538 с.
2. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко – К: КНЕУ, 2000.–

3. Внукова Н. М. Економічна оцінка ризику діяльності підприємств: проблеми теорії та практики / Н. М. Внукова, В. А. Смоляк. – Харків: ВД «НЖЕК», 2006. – 184 с.
4. Горовий Д. А. Сутність та класифікація ризиків інвестиційної діяльності / Д. А. Горовий, В. Ю. Нестеренко // Коммунально-економічне господарство. – 2006. – №75 – С. 268 – 275.
5. Гранатуров В. М. Ризики підприємницької діяльності: проблеми аналізу / В. М. Гранатуров, О. Б. Шевчук. – К. : Державне вид.-інф. агентство «Зв'язок», 2000. – 152 с.
6. Дука А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: навч. посіб. / А. П. Дука. – К.: Каравела, 2007. – 424 с.
7. Матвійчук А. В. Економічні ризики в інвестиційній діяльності: монографія / А. В. Матвійчук – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2005.– 205 с.
8. Москвін С. О. Проектний аналіз / [С. О. Москвін, С. М. Бевз, В. А. Верба, В. Г. Дідик, В. А. Новіков, Т. Е. Унковська]. – Київ: ТОВ «Видавництво Лібра», 1999. – 386 с.
9. Петрив М. В. Оценкарисковинвестиционнойдеятельностипредприятий/ М. В. Петрив, Д. М. Руденко, Ю. А. Сулик // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2011. – №3 – С. 36 – 38.
10. Старостіна А. О. Ризик-менеджмент: теорія та практика: навч. посібник./ А. О. Старостіна, В. А. Кравченко — К.: ІВЦ «Видавництво «Політехніка», 2009. — 200 с.

РЕЗЮМЕ

Шелест Елена

Методический подход к диагностике инвестиционных рисков авиатранспортных предприятий

В статье предложен методический подход для комплексной диагностики инвестиционных рисков, представлены результаты оценки инвестиционных рисков авиатранспортных предприятий.

RESUME

Shelest Olena

Methodical approach to complex diagnostics of investment risks of air-transport enterprises

The article offers methodical approach to complex diagnostics of investment risks. The author presents results of assessment of air-transport enterprises.

Стаття надійшла до редакції 28.02.2013 р.

ПРОК'ЮРЕМЕНТ ЯК СИСТЕМА ПОСТАЧАННЯ У ВИДАВНИЧО-ПОЛІГРАФІЧНІЙ ГАЛУЗІ

Розглянуто прок'юремент як систему постачання ресурсів (товарів) у видавничо-поліграфічній галузі. Визначено бар'єри виходу системи на ринок. На основі вивчення досвіду державних закупівель запропоновано рекомендації для ефективного їх застосування на конкурсній основі у приватному секторі.

Ключові слова: прок'юремент, постачання, класифікація конкурсних торгів, критерії відбору, конкурсна пропозиція

Розвиток ринкових відносин потребує удосконалення та якісних змін забезпечення своєї діяльності. Підприємство, яке прагне отримати якісний продукт на виході системи, повинно враховувати обов'язкову і водночас недостатню умову – оптимізацію входу. Упровадження прогресивних, ефективних систем постачання ресурсів дозволяє забезпечувати раціональний розподіл коштів, економію часу, підвищення конкурентоздатності, у тому числі за рахунок вищої оперативності виробництва. Функціонування в ринкових умовах стимулює винахід, упровадження нових або поліпшених систем постачання ресурсів (товарів), серед яких – прок'юремент.

Тема прок'юременту на державному рівні знайшла своє відображення у працях О. Підмогильного [5; 10], загальні теоретичні засади розкрито К. Кузнецовим [4], В. Смирчинський [6] дав характеристику прок'юременту як системи товаропостачання у сучасних умовах України. З огляду на те, що система все ще перебуває на етапі становлення на ринку поліграфії, її дослідження в галузевому розрізі залишилося поза увагою науковців. Значним бар'єром до поширення закупівель на конкурсній основі є нестабільність економічної системи та недостатнє забезпечення з боку законодавства.

Мета роботи – дослідження системи прок'юременту для розробки інформаційної бази та удосконалення системи товаропостачання у видавничо-поліграфічній галузі.

На сьогодні ринок поліграфічної продукції поряд з іншими галузями економіки потерпає від кризи. В умовах загострення конкурентної боротьби постає питання підвищення конкурентоспроможності, зокрема за рахунок економії витрат. Поліграфія як матеріаломістка галузь повинна розглядати матеріальні витрати як основний резерв скорочення собівартості продукції. Пошук нових напрямів підвищення раціональності використання ресурсів мотивує підприємців до запозичення провідного досвіду з суміжних галузей. Корисним для імплементації у площину «суб'єкт комерційної діяльності (постачальник) – суб'єкт комерційної діяльності (споживач)» є практика державних закупівель, у якій налагоджена безпосередня співпраця на рівні «розпорядник державних коштів – виконавець робіт». У

цьому ланцюгу виконавець робіт, як правило, є суб'єктом господарювання, що має на меті отримання прибутку, тобто суб'єктом комерційної діяльності. Запозичення технології державних закупівель у сферу приватного бізнесу доцільно здійснювати на основі вивчення переваг і прорахунків у державних закупівлях.

Держава є найбільшим споживачем як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Співпраця з нею дає можливість підприємствам не лише активно розвиватися, а й уникати банкрутства за рахунок забезпечення державних замовлень, що у видавничо-поліграфічній галузі здебільшого характерно для державних видавництв. Велика частка коштів витрачається на забезпечення проведення закупівель [6]. Розвиток системи прок'юременту дає можливість заощадити приблизно 25% у сфері закупівельної діяльності. Крім того, фінансово-економічний механізм у сфері поліграфічної діяльності відіграє важливу роль у реалізації фінансової, зокрема бюджетної, політики підприємств, стимулює розвиток соціально-економічної політики [1].

Прок'юремент (англ. procurement – придбання, «закупівлі») об'єднує систему інструментів, прийомів та методів які регламентують проведення торгів на конкурсній основі [8].

Основне його призначення – задовольнити попит у товарах, роботах, послугах на основі економічного використання коштів. Прок'юремент застосовується переважно для товаропостачання державних підприємств. Отже, номінально державні закупівлі покликані виконувати стратегічно важливу функцію – забезпечення державного сектору товарами, роботами, послугами на засадах ощадливого використання державних коштів. Водночас ринок державних закупівель недостатньо розвинений з точки зору методології, характеризується браком теоретичних досліджень.

Розглянемо основні теоретичні і практичні засади державних закупівель з метою виявлення інструментарію прийнятного для використання у сфері закупівель ресурсів (товарів) у приватному бізнесі. Насамперед розглянемо різновиди конкурсних торгів:

1. За колом учасників:
– відкриті;

- закриті.
- 2. За рівнем допуску:
 - з кваліфікаційним відбором;
 - без кваліфікаційного відбору.
- 3. За географічною ознакою:
 - міжнародні;
 - національні;
 - місцеві.
- 4. За процедурою відбору:
 - звичайні;
 - спрощені.

Обґрунтована класифікація державних закупівель необхідна для розуміння правильного вибору та організації процедур, роботи тендерного комітету, інформаційного складника [11].

У практиці українських державних закупівель можливе проведення тендерних процедур кількома способами [7]:

- відкриті торги;
- торги з обмеженою участю;
- двоетапні торги;
- запит цінних пропозицій (котирувань);
- редукціон;
- закупівля в одного учасника.

Розглядаючи можливість застосування конкурсних закупівель у приватному секторі, зазначимо, що закритий характер конкурсу не потребує присутності потенційного виконавця під час встановлення переможця, тобто істотно спрощує процедуру участі, забезпечує економію ресурсів. Водночас використання відкритої процедури підвищує шанси на досягнення домовленостей між учасником і організатором конкурсних закупівель.

При проведенні тендерних торгів застосовується два методи визначення переможця – вибір на основі ціни або «ціновий вибір» і вибір на основі якості або «якісний вибір». При цьому питома вага факторів ціни та якості при оцінюванні пропозицій, наприклад, на постачання товарів, істотно відрізняється від частки цих же факторів при оцінюванні пропозицій з надання послуг. Підсумовуючи результат, організатори тендерів, як правило, поєднують ці два методи [8]. На нашу думку, для приватного сектору також доцільно обирати переможців за співвідношенням ціна-якість.

Застосування конкурсних закупівель для забезпечення матеріального постачання дозволяє заощадити час на пошук ефективних постачальників, виробити чітку, прозору, зрозумілу для постачальників систему критеріїв відбору. Це обґрунтовує доцільність впровадження прок'юременту для небюджетних підприємств. Для сприяння його ефективності у приватній сфері доцільно зорієнтувати постачальника, враховуючи, що поліграфічні матеріали переважно імпортуються в Україну, в основних параметрах закупівель:

- обсяг закупівель;
- час і періодичність постачань;
- ціна;
- умови оплати;
- екологічність, стандарти безпеки, якості.

Важливим етапом при здійсненні конкурсних торгів є правильний вибір постачальника. Існує кілька варіантів оцінки успішного вибору постачальника:

- пошук потенційних постачальників;
- аналіз потенційних постачальників;
- оцінка результатів роботи з постачальниками

(методика ранжування, АВС-аналіз) [4].

Розвиток прок'юременту передбачає зростання рівня конкурентності, тобто стимулює конкурсанти формувати пропозиції з орієнтацією на потреби замовника, мотивує останнього залучити якомога більше потенційних конкурсанти, запропонувавши вигідні умови співпраці, забезпечивши зрозумілі і справедливі критерії відбору. Загалом дотримання такої політики сприятиме підвищенню ефективності процесу постачання ресурсів для галузі, для ринку загалом.

Розвиток цієї системи торгів змінює традиційний підхід до системи постачання. Найбільш розповсюдженою системою у світі, яка набуває поширення і в Україні, є система постачань «Точно в термін» (just-in-time). Вона спрямована на мінімізацію запасів, отже, витрат, яка досягається постачанням матеріалів до виробника конкретно на кожне замовлення.

Прок'юремент як система постачання ресурсів на ринку сучасної України лише починає становлення. Спрогнозувати розвиток та успішність закріплення цієї системи важко, адже рушійним фактором є високий рівень корупції. Державне замовлення часто є засобом перекачування бюджетних засобів у приватний сектор, нерідко – тінювий. У європейських країнах прок'юремент установився на ринках з багаторічними ринковими традиціями та відпрацьовувався десятиліттями [6].

Ще одним фактором, який гальмує темпи розвитку сфери закупівель за державні кошти на конкурсній основі, є кадрове забезпечення. В Україні не втілена єдина політика підготовки фахівців у сфері державних закупівель. Потребують удосконалення навчальні плани, програми, необхідно підвищувати кваліфікацію викладачів [7].

Підмогильний О. пов'язує розвиток прок'юременту з поширенням сучасних інформаційних технологій [5]. Ринок державних закупівель товарів і послуг є найбільш ємним сегментом економіки України. За даними Держкомстату України загальний обсяг закупівель різних державних органів і підприємств у 2009 році склав понад 105 млрд. грн. За рахунок того, що закупівлі здійснювалися на конкурсній основі он-лайн, це дало економію коштів 10-20% від загальної суми, яка була витрачена на рекламу. Це дає змогу ефективніше витратити кошти [12].

Керуючись досвідом європейських країн, можна стверджувати, що створення системи електронних торгів дозволяє істотно скоротити витрати державних коштів на придбання предметів закупівлі, підготовку закупівельного процесу; уможливує цілодобовий Інтернет-доступ до інформації усім зацікавленим агентам; підвищує відкритість і прозорість процесу; мінімізує паперовий документообіг; створює рівні конкурентні умови для постачальників; спрощує роботу органів контролю; зменшує ймовірність корупційних зловживань тощо [5,6]. Кузнецов К.В. серед принципів побудови системи електронних державних закупівель обґрунтовує єдині вимоги до технічних стандартів; забезпечення конфіденційності та технічної безпеки; контроль та відповідальність за порушення законодавства у сфері електронних торгів [4].

Інтернет-платформа для здійснення державних торгів використовується у Російській Федерації. В Україні диверсифікація інструментарію для тендерів перебуває на стадії обговорення. Державні закупівлі регламентуються Законом України «Про здійснення

державних закупівель» від 01.06.2010 р. Відкрита дискусія стосується актуального питання проведення он-лайн торгів, тобто створення єдиної спеціалізованої системи у всесвітній мережі. Застереженням є додаткові витрати на цифровий підпис уповноваженої особи від учасника торгів. Для організацій зі складною ієрархією витрати зростатимуть пропорційно до кількості осіб, які зобов'язані візувати конкурсну документацію. Тобто не усі учасники конкурсів готові до таких нововведень. Підмогильний О. до недоліків он-лайн закупівель відносить ускладнені комунікації із замовником, закритість (обмеження) інформації.

Крім того, залишається незначною й відсоткова кількість користувачів Інтернету в Україні та їх інформаційно-технологічна обізнаність та комп'ютерна грамотність [5].

Комерційна сфера більш сприйнятлива і придатна для здійснення електронних закупівель, у тому числі з огляду на меншу кон'юнктурність. Умови ринкового механізму, в яких функціонують приватні комерційні суб'єкти, безпосередня зацікавленість в заощадливому використанні фінансових ресурсів, свідчать на користь застосування закупівель на конкурсній основі в приватному секторі. Її застосування забезпечує комплекс переваг для продавця і покупця ресурсів. Постачальник має нагоду скоротити витрати на просування товару на ринок, пристосувати свою політику господарювання до потреб конкретних споживачів. Втіленню останнього сприяє чітке формулювання замовником вимог по конкурсній пропозиції.

Споживач отримує можливість забезпечити в один час в одному місці акумулювання інформації по тих матеріальних ресурсах, у таких обсягах, у яких він зацікавлений, також заощадивши час на розгляд

окремих комерційних пропозицій під час відвідування галузевих виставок, візитів представників продавця тощо. Покупець має нагоду сформувати портфель альтернативних постачальників, таким чином мінімізувавши потенційні втрати у випадку недотримання договорів постачання. Застосовуючи процедуру прок'юременту, організатор може відслідковувати появу нових постачальників на ринку, їхні умови роботи, мінімізувавши час на самостійний пошук інформації.

Проведення закупівель на конкурсній основі сприяє максимальному використанню ринкових механізмів, адже у призначеному місці, у потрібний час акумулюється множина пропозицій на конкретний попит, що в умовах високого ступеня багатосторонньої поінформованості забезпечує відбір ефективних продавців і покупців.

Прок'юремент, який традиційно застосовується у сфері державних закупівель, може бути широко впроваджений і в приватному секторі для раціонального вибору постачальників. Підприємство має базу для вивчення постачальників на основі конкретних пропозицій, з урахуванням бажаного обсягу та інших критеріїв постачань. Для конкурсанта при формуванні, поданні пропозиції на конкурс створюються сприятливі умови для діалогу, адже має місце спільна зацікавленість сторін у досягненні компромісу. З метою ефективного використання можливостей цієї системи замовники повинні прозоро, зрозуміло, максимально використовуючи кількісні параметри, формулювати вимоги по конкурсних пропозиціях, забезпечувати зворотній зв'язок із потенційними постачальниками. Проведення конкурсів в режимі он-лайн сприятиме економії ресурсів усіх учасників процесу.

Список літератури

1. «Редукціон» / № 7 (29). – липень 2008. – 48.
2. Мальярчук А. Экономические известия [Электронный ресурс] / А. Мальярчук // Виртуальные закупки. – 2011. №28 (198). – Режим доступа: <http://www.ua-tenders.com/rubrics/inpress>.
3. Ульянов М. Как торговать с государством [Электронный ресурс] / М. Ульянов // Генеральный директор. – 2005. №2. – Режим доступа: <http://www.ua-tenders.com/rubrics/inpress>.
4. Кузнецов К. В. Прок'юремент: тендеры, конкурсы, конкурентные закупки [Текст] / К. В. Кузнецов. – М. : Питер, 2005. – 368 с.
5. Підмогильний О. Проблемні питання шляхів впровадження електронних торгів як механізму забезпечення ефективності системи державних закупівель України [Електронний ресурс] / О. Підмогильний // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2011. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=270>
6. Логістичний підхід до виявлення конкурентних переваг учасників процедур державних закупівель [Текст]: наукове вид. / В. Смирчинський // Конкуренція : Вісник Антимонопольного комітету України. – 2003. – №4. – С. 21-25
7. Тендерофф [Електронний ресурс]. – К., 2011. – Режим доступу: <http://tenderoff.ru>
8. Максимов О. Фактори ціни та якості в міжнародній практиці тендерних торгів [Електронний ресурс] / О. Максимов. – Режим доступу: <http://www.e-tenders.com.ua/article/?article=215>
9. Анопій В. В. Організація торгівлі [Текст]: підруч. / В. В. Анопій. – М., 2002.
10. Підмогильний О. О. Недосконалість державної політики щодо формування кадрового потенціалу для сфери державних закупівель [Текст] / О. О. Підмогильний // Держава та регіони, Серія: Державне управління. – 2011. – № 1. с. 101-105
11. Пінькас Г. І. Особливості класифікації державних закупівель [Електронний ресурс] / Г. І. Пінькас. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/32_DWS_2008/Economics/36854.doc.htm
12. TENDERHELP [Електронний ресурс]. – К., 2011. – Режим доступу: <http://tenderhelp.net/news/goszakupki-vvedenie.html?lang=ua> – 8 черв.

РЕЗЮМЕ

Шендеровская Луна, Лавренко Маргарита

Прок'юремент как система поставки в издательско-полиграфической отрасли

Рассмотрен прок'юремент как система поставки ресурсов (товаров) в издательско-полиграфической отрасли. Определены барьеры выхода системы на рынок. На базе изучения опыта государственных закупок обоснованы рекомендации по эффективному их применению на конкурсной основе в частном секторе.

RESUME

Shenderivska Lina, Lavreniuk Margaryta

Procurement as delivery system in publishing and printing industry

Procurement as resources and goods delivery system in publishing and printing industry is considered. The barriers of system intrusion into the market are defined. The recommendations for efficient application of competitive purchases in private field on the basis of government intrusion experience learning are grounded.

Стаття надійшла до редакції 28.02.2013 р.

ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕНСИФІКАЦІЇ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Запропоновано методичний підхід до визначення частки інтенсивних і екстенсивних факторів у економічному зростанні підприємства на підґрунті двофакторної виробничої функції. Розроблено та досліджено функцію індукування технічного прогресу в процесі реалізації інноваційних проектів в умовах виробничо-господарської діяльності залізорудної шахти Криворізького залізорудного басейну.

Ключові слова: науково-технічний прогрес, інновація, інтенсивні й екстенсивні фактори інновації, інвестиційний проект.

На сучасному етапі економічного розвитку проблеми використання нової техніки і технології на підприємстві стають першочерговими та особливо актуальними в умовах інтенсивних ринкових перетворень. Від їх вирішення залежить позитивність реалізації стратегії довгострокового розвитку національної економіки загалом. При цьому стратегічний розвиток має формуватись з урахуванням зростання темпів інноваційної діяльності підприємств незалежно від їх форми власності.

Загальна закономірність розвитку науки і техніки, тобто науково-технічного прогресу (НТП), зводиться до революційних переворотів у науці і техніці, якісних змін на рівні освіти та виробничих навичок робітників, до реформ організації виробництва і управління ними. Підвищення якості продукції, абсолютне і відносне зниження вартості техніки відображають економічні наслідки НТП, його вплив на динаміку споживчої вартості і вартості продукції. Форми його вияву укладаються в певну систему. Частка ресурсів, які необхідні для створення і реалізації новин, залежить від ефекту їх реалізації та терміну появи ефекту. Ефект від розробки та освоєння нововведення в конкретний період залежить від масштабу інтенсифікації науково-технічних робіт та від частки ресурсів, що спрямовані на НТП, а також від динаміки цих робіт у часі [1, с. 16].

Аналіз НТП як об'єкта управління дає можливість сформулювати систему показників, що визначають темпи НТП, які відповідають змісту і вкладається окремими авторами в поняття різних видів темпів НТП. При цьому одним із способів обмеження числа показників, що вносяться у систему, є вибір із сукупності нововведень саме таких їх видів, темпи створення яких визначають позитивну результативність виробничого процесу з урахуванням ризику. Одна система показників є переважаючою для тих чи інших новин, а інша – відображає темпи останніх. Така система показників характеризує ступінь новизни техніки [1, с. 16; 3, с. 65].

Створення системи показників, що визначають темпи НТП, призводить до необхідності обмеження розгляду НТП лише за економічними характеристиками [6, с. 3-6]. Співставлення показників може дати відповідь на тип НТП, тобто якими будуть темпи НТП – екстенсивними чи інтенсивними [2, с. 79; 4, с. 114-115].

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені (застосовані) і

(або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [5].

Основною метою дослідження є удосконалення теоретико-методичних положень оцінки економічної ефективності інтенсифікації розвитку виробничих процесів підприємства на основі реалізації інноваційних проектів.

Відповідно до мети, головним завданням дослідження є розробка узагальненого методичного підходу до визначення частки інтенсивних і екстенсивних факторів у економічне зростання підприємства на підґрунті двофакторної виробничої функції та дослідження функції індукування технічного прогресу в процесі реалізації інноваційних проектів.

1. За типом новини нововведення діляться на дві групи: матеріально-технічні та соціальні. До матеріально-технічних належать: техніка; технологія; промислові матеріали. До соціальних: економічні; організаційно-управлінські; соціально-управлінські; правові; педагогічні.
2. За інноваційним потенціалом нововведення поділяються на: радикальні чи базові; комбіновані; модифікуючі.
3. За принципом співвідношення до свого попередника виділяються такі нововведення: замінювальні; відмінювальні; поворотні; ретровведення.

Нововведення за типом новини виокремлюють наступні: за обсягом; за цілями; за соціальними наслідками.

1. За обсягом нововведення діляться на: точкові; системні; стратегічні.
2. За особливістю механізму здійснення нововведення поділяються на групи: одиничні; дифузні; завершені; незавершені; успішні; неуспішні.
3. За особливостями інноваційного процесу є внутрішньоорганізаційні та міжорганізаційні.

На сучасному етапі для дослідження економічного зростання необхідно забезпечити інтенсифікацію нововведень, саме тому слід виділяти інтенсивні нововведення [2, с. 77-80]: багатоцільові нововведення, у яких одна новина розраховується на досягнення декількох бажаних цілей; радикальні, базові

нововведення, які використовуються у випадках, коли часткові поліпшення не можуть пристосувати застарілу базу до нових умов.

Внесок інтенсивних і екстенсивних факторів у економічне зростання можна визначити за допомогою використання двофакторної виробничої функції, що характеризує взаємозв'язок середніх темпів приросту продуктивності праці g і його капіталоозброєності f [1, с. 19; 4, с. 114-115]:

$$g = \lambda f + \gamma, \quad (1)$$

де λ – коефіцієнт середньої еластичності продуктивності праці за її фондоозброєністю; γ – темп приросту ефективності.

Коефіцієнт λ за визначенням виробничої функції має числові значення від 0 до 1. Це означає, що збільшення капіталоозброєності f на 1% приведе до меншого збільшення продуктивності праці g . Економічна сутність формули (1) інтерпретується наступним чином:

λf – відображає динаміку капіталоємкого розвитку, а γ – темп інтенсифікації.

Тоді доля інтенсивного індукування технічного прогресу (d) для заданих періодів часу визначається за формулою:

$$d = \frac{g - \lambda \cdot f}{y}, \quad (2)$$

де d – частка інтенсивного індукування технічного прогресу; g – темпи приросту продуктивності праці; f – темпи приросту капіталоозброєності; λ – коефіцієнт

взаємозв'язку між темпами капіталоозброєності та продуктивності; y – темпи приросту товарної продукції.

Коефіцієнти взаємозв'язку між темпами капіталоозброєності та продуктивності праці визначаються за формулою:

$$\lambda = \frac{g}{g + f}. \quad (3)$$

Отже, виходячи з (1) – (4), значення функції технічного прогресу з урахуванням ризику буде визначатися за формулою:

$$T = 1 + [(g - 1) \cdot d]^{1-k}, \quad (5)$$

де k – коефіцієнт ризику.

Отже, технічна перебудова виробничого підприємства є необхідною для забезпечення високих техніко-економічних показників та підвищення конкурентноздатності продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках.

Розглянемо приклад оцінки економічної ефективності інтенсифікації виробничих процесів на шахті «Х» Криворізького залізрудного басейну, що є основою впровадження інноваційних заходів, які забезпечать індукування технічного прогресу.

Вихідні дані для розрахунку частки інтенсивних факторів, які індукують технічний прогрес в умовах реалізації інноваційних заходів на шахті «Х», наведені у таблицях 1 і 2.

Таблиця 1. Вихідні дані для розрахунку частки інтенсивних факторів, що індукують технічний прогрес

Періоди, роки	Видобуток руди, тис. т (відвантажена)	Основні фонди, тис. грн	Собівартість 1 т. руди, грн	Чисельність працюючих, чол.	Темп видобутку руди*, %
базисний	1366,912	4463,72536	7,71	463	-
прогнозний	1401,721	2973,503	10,31	499	37,1

* розрахунок зроблений за умовною рентабельністю 10%.

Таблиця 2. Розрахунок темпів росту капіталоозброєності й продуктивності праці

Періоди, роки	Капітало-озброєність, грн / чол.	Продуктивність праці*, тис. грн / чол.	Темпи зростання, відн. од.	
			капіталоозброєності	продуктивності
базисний	9640,87	25,038	0,618	1,272
прогнозний	5958,924	31,857		

* розрахунок зроблений за умовною рентабельністю 10%.

Визначимо частку інтенсивного індукування технічного прогресу для заданих періодів часу за формулою (2), при коефіцієнті взаємозв'язку між темпами капіталоозброєності та продуктивності праці, за формулою (3):

$$\lambda = \frac{g}{g + f} = \frac{1,272}{1,272 + 0,62} = 0,672;$$

$$d = \frac{g - \lambda \cdot f}{y} = \frac{1,272 - 0,672 \cdot 0,62}{1,371} = 0,6237.$$

Значення функції індукування технічного прогресу при заданому значенні допустимого ризику $k = 0,1$ визначається за формулою (5):

$$T = 1 + (1,272 - 1) \cdot 0,6237^{0,9} = 1,1514.$$

Тобто приріст продуктивності праці за рахунок

інтенсивних факторів складає 15,14%.

Це означає, що за результатами впровадження інновації буде досягнуто зростання продуктивності праці за рахунок інтенсивних чинників на

$$\frac{31,875 - 25,038}{27,2} \times 15,14 = 3,688 \text{ тис. грн / чол.},$$

або у вартісному виразі по шахті «Х» Криворізького залізрудного басейну зростання продуктивності праці складе:

$$3,688 \times 499 = 1840,11 \text{ тис. грн}$$

Розрахунки показують, що дія індукування технічного прогресу за результатами виробничих процесів у прогнозованому періоді становить 62,37%.

Таким чином, можна зробити висновок, що в умовах

виробничих процесів на шахті «Х» Криворізького залізорудного басейну є реальна основа щодо впровадження інноваційних заходів, які забезпечать індукування технічного прогресу.

Трансформація інноваційної системи в Україні має ґрунтуватися на інноваційній стратегії підприємств, при чому орієнтація повинна бути спрямована на освоєння базисних нововведень, які дозволяють переорієнтувати підприємство на нову технологічну та товарну структури виробництва і забезпечити конкурентоспроможність виробника на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Використання запропонованої моделі на гірничозбагачувальних підприємствах дає підставу одержати результати ефективного відбору видів технологічної реструктуризації. Інвестиційний проект потенційного інвестора має бути оцінений, а помилки при прийнятті рішень не повинні повторюватись. На підставі аналізу, проведеного із використанням запропонованої моделі індукування технічного прогресу, можна надати оцінку частки інтенсивних і екстенсивних факторів інновації у економічному зростанні підприємства та прийняти рішення щодо доцільності її практичного використання.

Список літератури

1. Афанасьев Е. В. *Инновационная политика в Украине та економічне обґрунтування доцільності реалізації нововведень гірничозбагачувальних підприємств* / Е. В. Афанасьев // *Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць*. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – Вип. 166. – С. 15-24.
2. Афанасьев Е. В. *Оцінка впливу науково-технічного прогресу на використання виробничого потенціалу промислового підприємства* // *Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць* / Е. В. Афанасьев. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2002. – Вип. 132. – С. 77-82.
3. Афанасьев Е. В. *Оцінка ризику інтенсифікації розвитку науково-технічного прогресу в умовах гнучкого розвитку промислового підприємства* / Е. В. Афанасьев // *Регіональні перспективи: науково-практичний журнал*. – 2002. – № 6(25). – С. 65-68.
4. Львов Д. С. *Эффективное управление техническим развитием* / Д. С. Львов. – М.: Экономика, 1990. – 255 с.
5. *Сутність інновації [Електронний ресурс]*. – Режим доступу: http://nss.org.ua/sutnist-innovatsiyi_vilnyiy. – Заголовок з екрану (дата звернення: 02.03.2013).
6. Турило А. М. *Економічна оцінка інноватизації залізорудного виробництва [монографія]* / Турило А. М., Зінченко О. А., Нусінов В. Я. – Кривий Ріг: Видавничий дім, 2006. – 200 с.

РЕЗЮМЕ

Щекович Елена Сергеевна

Оценка экономической эффективности интенсификации развития производственных процессов на основе реализации инновационных проектов

Предложен методический подход к определению доли интенсивных и экстенсивных факторов в экономическом росте предприятия на основе двухфакторной производственной функции. Разработана и исследована функция индуцирования технического прогресса в процессе реализации инновационных проектов в условиях производственно-хозяйственной деятельности железорудной шахты Криворожского железорудного бассейна.

RESUME

Schekovych Olena

Evaluation of the economic efficiency of intensification of production processes on the basis of innovative projects

Methodical approach to determination of the intensive and extensive factors in economic growth on grounds of two-factor production function is considered. The function of inducing of technological progress in the implementation of innovative projects in conditions of production and business activities of iron ore mines of Kryvyi Rig iron ore basin has been developed and researched.

Стаття надійшла до редакції 04.03.2013 р.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗРОБКИ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У статті висвітлено етапи формування фінансової стратегії підприємства, наведено алгоритм її побудови. Визначено та проаналізовано сукупність факторів, які впливають на розробку фінансової стратегії. Урахування стадії життєвого циклу підприємства і продукції, яку воно виробляє, а також обраної фінансової та маркетингової політики, впливає на вибір типу фінансової стратегії.

Ключові слова: фінансова стратегія підприємства, фінансова діяльність, фактори макросередовища, методи реалізації, типи фінансових стратегій.

Сьогодні все більше підприємств визнають потребу у свідомому перспективному управлінні фінансовою діяльністю на основі наукових методик передбачення її напрямків, адаптації до загальних цілей розвитку підприємства і умов зовнішнього середовища. Ефективним інструментом перспективного управління фінансовою діяльністю підприємства є фінансова стратегія. Кожен суб'єкт господарювання має свої особливості, тому визначити єдиний підхід до вибору фінансової стратегії неможливо. Особливе зацікавлення викликає питання розробки останньої, оскільки це об'єктивний процес, який має свою логіку, розвивається відповідно до властивих йому закономірностей та відіграє важливу роль у господарській діяльності підприємств.

Кожне підприємство повинно самостійно визначити, які чинники і яким чином впливатимуть на його діяльність, та формувати таку фінансову стратегію, яка б мінімізувала ризики і сприяла збільшенню його прибутковості, підвищенню конкурентоспроможності та фінансової стійкості на ринку [1, с. 15].

Проводячи аналіз публікацій з приводу методичних підходів до розробки фінансової стратегії підприємства, хочемо зауважити значне збільшення їх кількості в останні роки, що підтверджує актуальність обраної для дослідження теми. Серед авторів, що звертали найбільшу увагу у своїх працях саме на цю тему, відомі такі дослідники: Баринов В. А., Весник В. Р., Галушкіна Т. П., Іваніщева А. В., Леспух О. В., Лукіна Ю. В., Масленников О. Ю., Мельник Д. Л., Мінцберг Г., Наливайко А. П., Панченко А. І., Хруц Н. А., Цигилик І. І

Метою написання статті є висвітлення методичного підходу до розробки фінансової стратегії підприємства. Завданнями даної статті є: висвітлення ролі фінансової стратегії в розвитку й фінансовій діяльності підприємства; зазначення взаємопов'язаних етапів її розробки; визначення принципів, на яких базується цей процес.

Цільова орієнтація підприємства визначає спрямованість і специфіку фінансової діяльності. Якщо загальним напрямком діяльності є обраний розвиток, особливу увагу слід звернути на фінансування нових об'єктів і отримання високого прибутку для забезпечення інвестиційних процесів, спрямованих на досягнення або підтримку позицій лідера

(конкурентних переваг). У випадку, коли показники фінансового становища свідчать про вірогідне банкрутство, а підприємство прагне до виживання, необхідно зосередитися на збереженні припустимого рівня ліквідності і платоспроможності.

Фінансова стратегія розробляється у формі програми фінансування розвитку та конкретизуються у фінансовому плані (бюджеті) організації з урахуванням необхідних змін у структурі капіталу та фондів для досягнення розроблених стратегій зростання та підвищення конкурентних переваг підприємства [2, с.15].

Огляд та узагальнення сучасних підходів до послідовності розробки фінансової стратегії підприємства свідчить про відсутність єдиної структурної побудови цього процесу, що дозволяє зробити висновок про необхідність його впорядкування. Запропонований алгоритм побудови фінансової стратегії подано на рис.1.

Всі етапи процесу формування фінансової стратегії повинні виконуватися один за одним, згідно з запропонованим алгоритмом [3, с. 132].

Створення фінансової стратегії неможливе без збирання інформації про ринкове середовище функціонування підприємства (конкурентів, постачальників, клієнтів, посередників, державні органи та служби, банківські установи) та її детального аналізу. На цьому етапі фінансові менеджери повинні застосовувати відповідний фінансовий інструментарій: мікроекономічне фінансове планування, прогнозування, стратегічний і фінансовий аналіз (зокрема SWOT-аналіз, що охоплює аналіз слабких і сильних сторін підприємства, ризиків і додаткових можливостей), статистичні методи та економіко-математичне моделювання. Визначення сукупності факторів, які впливають на розробку фінансової стратегії, дає змогу відповісти на питання: чи призведе розроблена фінансова стратегія до досягнення підприємством своєї фінансової мети в умовах змін факторів зовнішнього фінансового становища. Підприємство повинне частіше за своїх конкурентів складати прогнози, це дасть йому змогу контролювати майбутню ситуацію, на відміну від конкурентів, які зможуть лише реагувати на неї [3, с. 133].

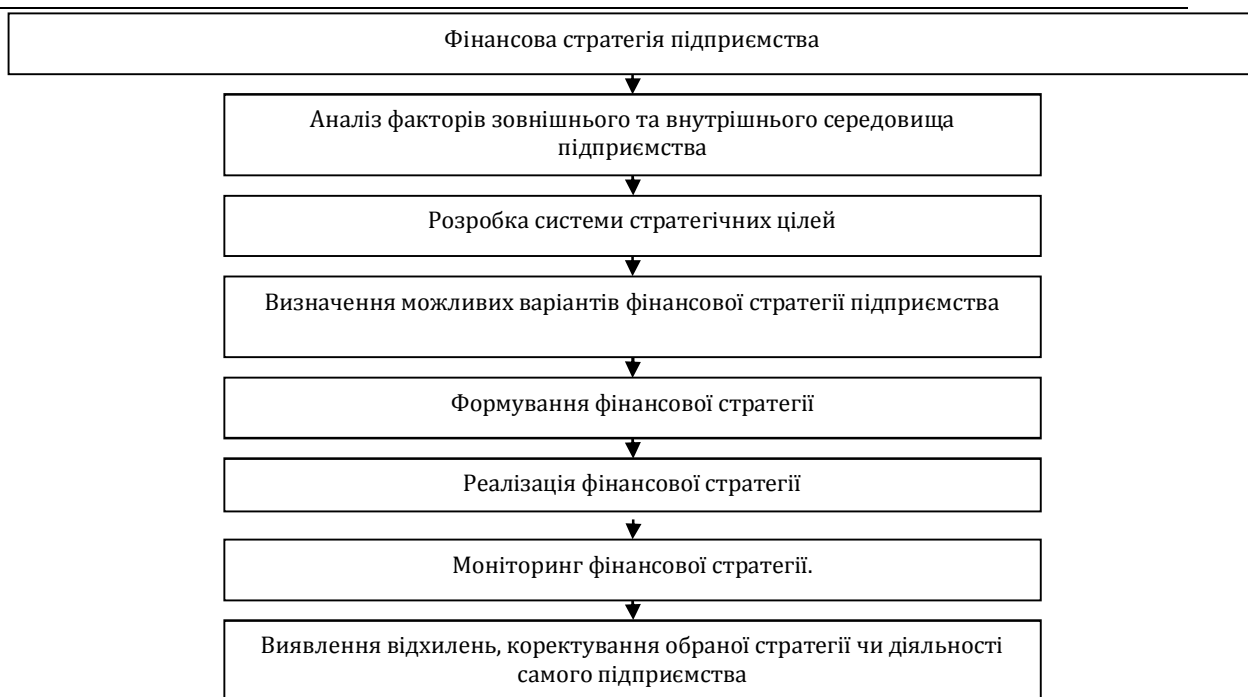


Рис. 1. Алгоритм побудови фінансової стратегії підприємства

В основу класифікації факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, покладено різні види ризику і ступінь впливу на них менеджерів. У зовнішньому оточенні виділяють макро-

мікросередовище. Макросередовище містить фактори, які опосередковано впливають на діяльність підприємства і визначають його довгострокові рішення. До факторів макросередовища слід зарахувати (табл. 1):

Таблиця 1. Фактори макросередовища

Група факторів	Вияв
Економічні	Зміна економічного потенціалу країни, стадія ділового циклу, відсоткова ставка і курс національної валюти, грошова маса в обігу, інфляція та темпи її зростання, контроль за цінами та заробітною платою, ціни на всі види ресурсів, інвестиційна політику
Політичні	Податкове законодавство і політика уряду, антимонопольне, природоохоронне та зовнішньоекономічне законодавство
Технологічні	Витрати на НДДКР з різних джерел, захист інтелектуальної власності, державна політику в галузі НТП
Соціальні	Демографічна структура населення і його платоспроможність, соціальна мобільність та активність населення, релігійні та національні традиції

У межах мікросередовища виділяють галузеве і ближнє оточення. Перше характеризується реальним і потенційним розміром галузі, її перспективами та стадіями життєвого циклу, структурою і масштабами конкуренції, структурою галузевих витрат, системою збуту продукції, тенденціями розвитку галузі [4, с. 115].

Аналіз галузі, в якій функціонує підприємство, дозволяє оцінити ефективність перспективних фінансових та інвестиційних заходів, що передбачені його фінансовою стратегією. Ближнє оточення складають конкуренти – аналіз їхніх дій, оцінка поточної стратегії і реальних можливостей, вивчення сильних і слабких сторін дозволить підприємству визначити конкурентну позицію; постачальники і покупці, фінансове становище яких визначає рух фінансових ресурсів, можливість їх використання для короткострокового фінансування; банки та інші фінансові організації, політика та інтереси яких впливають на вид і розмір джерела фінансування.

Щоб ефективно впливати на зовнішні фактори, необхідно задіяти внутрішні можливості підприємства.

Найбільш важливими внутрішніми факторами є розміри підприємства, характер діяльності, цільові стратегічні орієнтири [5, с. 288]. Вони істотно впливають на організацію фінансових потоків, тому мають бути враховані в процесі формування фінансової стратегії [6, с. 261].

На цьому етапі фінансові менеджери повинні застосовувати відповідний фінансовий інструментарій: мікроекономічне фінансове планування, прогнозування, стратегічний і фінансовий аналіз (зокрема SWOT-аналіз, що охоплює аналіз слабких і сильних сторін підприємства, ризиків та додаткових шансів), статистичні методи та економіко-математичне моделювання.

Подальшим етапом формування фінансової стратегії має бути формування стратегічних цілей фінансової діяльності підприємства. Цілі фінансової стратегії мають підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватися на максимізацію прибутку та ринкової вартості підприємства [7]. Визначення бажаного рівня загальної

цілі фінансової стратегії є основою для побудови ієрархії цілей нижчих рівнів [8, с. 261].

Сформована ціль повинна відповідати рівню забезпечення ресурсами. Вибрана загальна фінансова ціль визначає період її досягнення. Період вважається похідною величиною від цілі, сформульованої в результаті внутрішньої та зовнішньої синхронізації нормативів фінансової діяльності в часі. Зовнішня

синхронізація передбачає узгодження в часі цілей фінансової стратегії з цілями загальної стратегії організації, а також зі змінами кон'юнктури фінансового ринку. Умовами визначення періоду досягнення цілей є галузева належність організації, її розмір, стадії життєвого циклу товарів тощо. Зрозуміло, що фінансова стратегія фірми, якій загрожує банкрутство, відрізнятиметься від стратегії здорової фірми [9, с. 261].



Рис. 2. Методи реалізації фінансової стратегії

Після виконання аналітичної роботи, здійснення відповідних розрахунків, обговорення альтернативних варіантів розвитку подій приймається управлінське рішення щодо вибору фінансової стратегії, яку надалі деталізують за напрямками фінансової політики та реалізують згідно з планом [11, с. 134]. Наступною стадією є формування сукупності можливих варіантів фінансової стратегії підприємства. Наявність портфеля фінансових стратегій знижує рівень ризику прийняття неправильного рішення у виборі оптимального варіанта [10]. Найчастіше першочерговими критеріями відбору є: забезпечення мети моделювання і наявність найменших транзакційних витрат для його здійснення. Деталізація обраного варіанта моделі фінансової стратегії здійснюється шляхом доведення загальної моделі до рівня наповнення її суб'єктами виконавцями, розробки конкретних програм і проектів. Важливо визначити пріоритетну задачу в межах загальних стратегічних цілей розвитку. На цій фазі підприємство реалізує стратегію, досягає бажаних результатів в удосконаленні організаційної структури, управлінні персоналом і загальним менеджментом [3, с. 134].

Для полегшення реалізації фінансової стратегії доцільно проводити її деталізацію шляхом складання тактичних планів. Тактичне планування покликане формувати механізми реалізації обраної стратегії. Тактичне планування має два різновиди: оперативне та поточне. Поточне планування – це різновид управлінської діяльності, який спрямований на розроблення параметрів, заходів, бюджетів та адміністративно-фінансових важелів з метою формування поточних планів функціонування

конкретних сфер діяльності організації чи її діяльності загалом на річний період у напрямку досягнення завдань обраної фінансової стратегії. Оперативне планування спрямоване на формування вузьких, деталізованих, короткотермінових планів з конкретних питань діяльності підприємства, які формуються шляхом розвитку поточних планів. Оперативні і поточні плани не повинні відхилятися від фінансової стратегії підприємства, а навпаки – деталізувати і доповнювати її (рис. 2).

У ході реалізації стратегії досить важливо визначити відповідальних за цей процес та строки її реалізації. Але вона повинна коригуватися і бути гнучкою залежно від ситуації з метою отримання найбільш позитивного результату. Обов'язково повинні контролюватися всі етапи реалізації відповідної стратегії, особливо в умовах кризи та постійної нестачі фінансових ресурсів. Для складання прогнозних показників можна використовувати комп'ютерні програми [9, с. 261].

Ще одним етапом є проведення моніторингу, що становить процес постійного відстеження фактичних проміжних і кінцевих результатів за показниками, які характеризують фінансову діяльність підприємства із запланованими.

Якщо в процесі формування і реалізації фінансової стратегії виявлено певні відхилення фактичних значень показників від планових і від визначених умов діяльності підприємства, то відбувається коригування стратегії на тому етапі, де виявлено відхилення. З огляду на вищенаведені факти є цілком зрозумілим те, що ключовим етапом формування фінансової стратегії підприємства є вибір найбільш якісного з

альтернативних варіантів [12, с. 50].

Важливим моментом формування фінансової стратегії є врахування, окрім стадії життєвого циклу підприємства і продукції, яку воно виробляє, також

обраної фінансової та маркетингової політики. Тому можна виділити окремі типи фінансових стратегій (рис. 3).

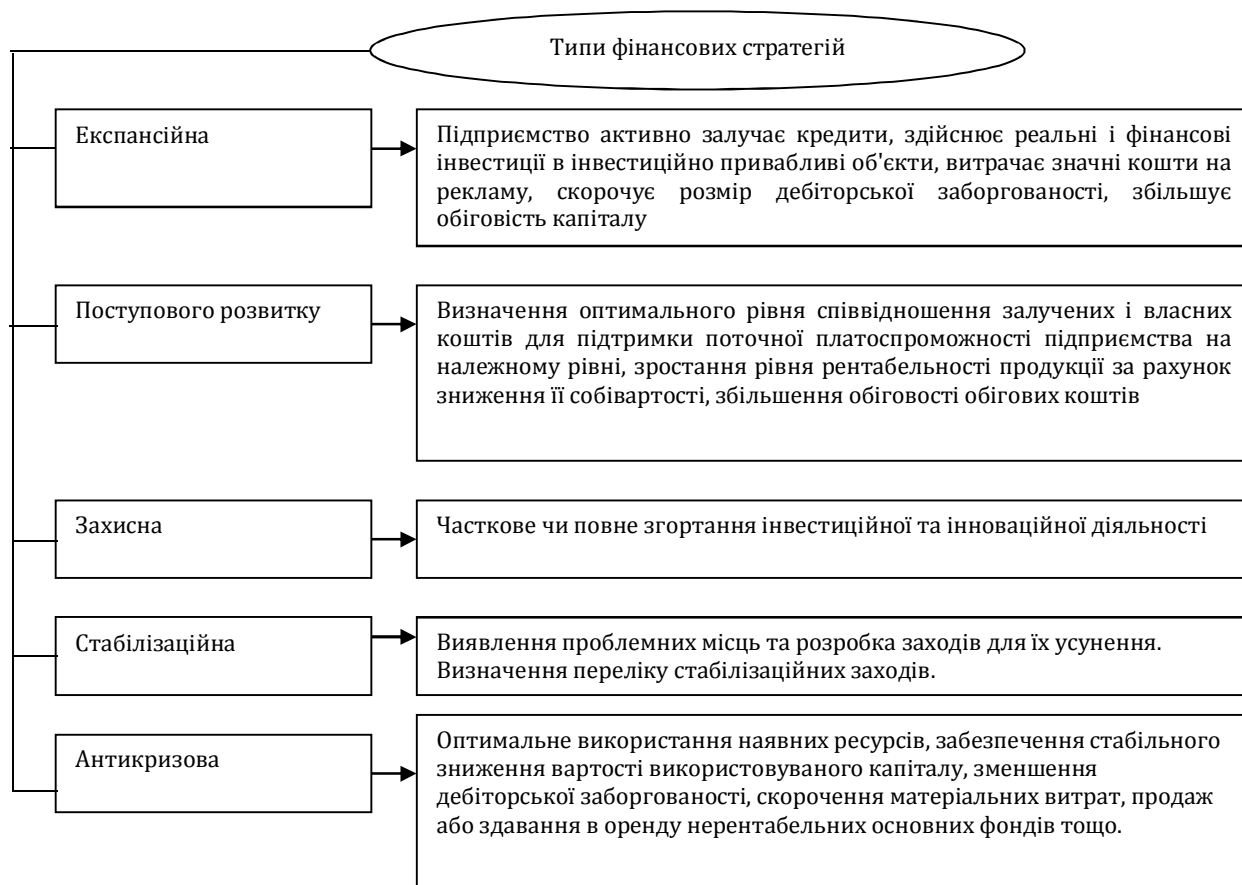


Рис. 3. Типи фінансових стратегій

Експансійну стратегію (стратегія розширення) – обирають у тому випадку, коли підприємство веде так звану агресивну політику: планує придбання (поглинання) інших підприємств, розширення виробництва, захоплення значної частки ринку, вихід на нові ринки збуту; її застосування є доцільним, якщо продукція суб'єкта господарювання перебуває на стадії запровадження, становлення чи піднесення і підприємство має достатній трудовий та фінансовий потенціали для здійснення перелічених вище заходів.

Стратегія поступового розвитку – характерна для більшості промислових підприємств. Такий тип стратегії передбачає спрямування суб'єкта господарювання на поступове нарощення обсягів діяльності, зростання прибутковості та покращення його основних фінансових і виробничо-економічних показників й характеристик, забезпечення стабільного фінансового стану [2, с. 26].

Захисна стратегія – передбачає незначне зменшення виробничих потужностей, часткове чи повне згортання інвестиційної та інноваційної діяльності задля збереження певного рівня прибутковості і фінансової стійкості підприємства при негативному впливі на його діяльність ендогенних та екзогенних факторів.

Стабілізаційна стратегія – виникає у разі тимчасової втрати підприємством платоспроможності, порушення структури балансу, погіршення показників діяльності.

Фінансовим менеджерам чи аналітикам у такому разі потрібно проаналізувати виробничо-господарську діяльність суб'єкта господарювання за декілька попередніх періодів, виявити проблемні місця і причини їх виникнення, окреслити основні шляхи їх вирішення й визначити перелік стабілізаційних заходів [13, с. 36].

Антикризову стратегію реалізують у випадках, коли підприємство перебуває у кризовому стані і потребує санації. Передбачає комплекс заходів, спрямованих на відновлення платоспроможності (ліквідності), кредитоспроможності, стабілізацію його фінансового стану. Шляхами виходу підприємства з кризового стану можуть також бути повна реорганізація виробництва або злиття з іншим, фінансово стійкішим, підприємством.

Загалом фінансову стратегію можна визначити як одну з найважливіших функціональних стратегій підприємства, що забезпечує усі основні напрямки розвитку його фінансової діяльності і фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів формування і використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища.

Найважливішим завданням розробки фінансової стратегії є визначення обсягів, джерел та форм залучення фінансових ресурсів для здійснення

господарської діяльності підприємства. Розробка фінансової стратегії на підприємстві має здійснюватися за визначеною методикою, яка містить низку визначених етапів: аналіз середовища існування підприємства, розробка системи стратегічних цілей, визначення можливих варіантів, формування фінансової стратегії, реалізація, моніторинг та коректування

фінансової стратегії.

Розробка фінансової стратегії базується на конкретних принципах: збалансованості матеріальних і фінансових потоків, фінансового контролю та аналізу діяльності підприємства, прогнозування альтернативних варіантів розвитку.

Список літератури

1. Мельник Д. Л. Фінансова стратегія підприємства / Д. Л. Мельник // Економічні науки. – 2010. – №7. – С. 2-18.
2. Баринів В. А. Стратегічний менеджмент / В. А. Баринів, В. Л. Харченко. — М. : ИНФРА-М, 2006. — 237 с.
3. Леспук О. В. Фінансова стратегія в системі управління підприємством / О. В. Леспук, Н. І. Передерієнко // Менеджмент виробництва. – 2011. – №8. – С. 131 – 136.
4. Лукіна Ю. В. Формування та реалізація стратегії управління фінансами підприємства / Ю. В. Лукіна // Фінанси України. — 2006. — № 3. — С. 113—118.
5. Іванищева, А. В. Розробка фінансової стратегії підприємства [Текст] / А. В. Іванищева // Економіка. Фінанси. Право. – 2010. – № 10. – С. 14–21.
6. Масленніков О. Ю. Фінансова стратегія та планування в умовах становлення ринку / О. Ю. Масленніков, А. Я. Шпачук // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Л. : НЛТУ України. – 2009. – Вип. 17.3. – С. 260–262.
7. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. — 3-е изд. — М. : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 512 с.
8. Минцберг Г. Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения / Г. Минцберг, Дж. Б. Куинн. -СПб.: Питер, 2001. -684 с.
9. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2010. – 227 с.
10. Галушкіна Т. П. Економіка природокористування [навч. пос.] / Т. П. Галушкіна. – Харків: Бурун Книга, 2009. – 480 с.
11. Панченко А. І. Узагальнення моделі статистичної оцінки основних показників діяльності підприємства / А. І. Панченко // Фінанси України. — 2005. — № 3. — С. 133—137.
12. Хрущ Н. А. Стратегія компанії: механізми формування та адаптації в сучасному інвестиційному середовищі / Н. А. Хрущ // Фінанси України. — 2010. — № 8. — С. 45—52.
13. Цигилик І. І. Роль аналізу фінансової діяльності в системі стратегічного управління / І. І. Цигилик, О. М. Бойчук // Економіка. Фінанси. Право. — 2010. — № 7. — С. 9-14.

РЕЗЮМЕ

Щербань Елена

Методический подход к разработке финансовой стратегии предприятия

В статье освещены этапы формирования финансовой стратегии предприятия, приведен алгоритм ее построения. Исследована и проанализирована совокупность факторов, влияющих на разработку финансовой стратегии. Определение стадии жизненного цикла предприятия и продукции, производимой им, а также выбранной финансовой и маркетинговой политики, влияет на выбор типа финансовой стратегии.

RESUME

Scherban Olena

Methodology of enterprise of financial strategy development

The article deals with the stages of financial strategy formation of enterprise and with the algorithm of its construction. The author has identified and analyzed a set of factors that influence the development of financial strategy. Consideration of the life cycle stage of the enterprise and the products it manufactures, as well as selected financial and marketing policy, affects the choice of the financial strategy type.

Стаття надійшла до редакції 06.03.2013 р.

Ірина ЩЕРБАТЕНКОасистент кафедри фінансів, обліку і аудиту,
Національний авіаційний університет**Оксана ГОРБАЧОВА**кандидат економічних наук,
доцент кафедри фінансів, обліку і аудиту,
Національний авіаційний університет

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ АВІАТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ

Розглянуто фактори, які впливають на інвестиційну привабливість на різних рівнях, зокрема для підприємств авіаційної галузі.

Ключові слова: *інвестиційна привабливість, фактори, інвестиції.*

Інвестиційна привабливість є складним економічним станом (явищем), яке формується сукупним впливом окремих факторів. Кількість факторів може бути різною і різноманітною залежно від того, про який рівень інвестиційної привабливості ми говоримо: країну, галузь, регіон чи підприємство. Деякі фактори можуть бути більш значущими, інші – менш. Враховуючи світові тенденції та особливості розвитку авіаційної галузі України, слід виділити й обґрунтувати склад чинників, які впливають на інвестиційну привабливість авіапідприємств через специфіку своєї діяльності.

Питання впливу різних факторів на інвестиційну привабливість викликало наукове зацікавлення у Буднікової Ю. В., Гончарука А. Г., Гурського О. В., Дуки А. П., Збрицької Т. П., Іванова С. В., Кореневої Н. О., Купалової Г. І., Мешкова А. В., Носової О., Пожуєвої Т. О., Савчука Н., Скринника Н. В., Соколова О. Л., Стригуля Л. С., Хобти В. М., Яцика А. А. та інших науковців.

Проведення аналізу наукових підходів щодо впливу факторів на інвестиційну привабливість дає можливість констатувати нестачу наукових праць, присвячених комплексному дослідженню тих, які стосуються підприємств авіаційної галузі.

Метою статті є дослідження підходів до визначення базових груп факторів, які впливають на інвестиційну привабливість авіапідприємств.

Актуальність та необхідність формування інвестиційної привабливості в сучасних умовах обумовлено потребою в залученні інвестицій. Надзвичайно важливою стає розробка універсальних механізмів та методологій інвестиційного забезпечення підприємств авіаційної галузі, фундаментом для якої є дослідження факторів, що впливають на інвестиційну привабливість.

Нами було визначено, що інвестиційна привабливість – це сукупність політичних, економічних, соціально-культурних, природничо-екологічних та інших факторів, які формують уявлення інвестора про ефективність інвестування в об'єкти, які знаходяться на певному рівні (країна, галузь, регіон, підприємство чи проект).

На сучасному етапі низька інвестиційна активність зумовила необхідність дослідження інвестиційної

ситуації в країні та факторів, які на неї впливають. На практиці певні регіони мають значний потенціал для вкладання інвестицій, а в рейтингу інвестиційної привабливості регіонів порівняно з іншими регіонами України мають низький рівень. Саме така ситуація спонукає до необхідності ретельного дослідження чинників, що впливають на інвестиційну привабливість, та розробки сучасної методики оцінки інвестиційної привабливості з урахуванням досліджуваних факторів.

Цьому питанню було присвячено багато робіт науковців. Більшість фахівців намагалися групувати або класифікувати запропоновані (обрані, визначені) ними фактори, що формують інвестиційну привабливість. У своїй роботі Іванов І. С. [1] об'єднав їх у 5 груп, а саме: 1. Виробничо-фінансові: обсяг промислового виробництва у розрахунку на душу населення регіону на 1 особу; темпи зміни обсягу промислового виробництва; індекс фізичного обсягу продукції за галузями виробництва; рентабельність продукції; рентабельність активів; темпи зростання об'єму основних фондів підприємств галузі по повній балансовій вартості; коефіцієнт оновлення основних фондів підприємств галузі; коефіцієнт поточної ліквідності; рівень розвитку малого підприємництва; питома вага інвестицій в основний капітал за рахунок власних коштів; інвестиції в основний капітал, спрямовані на охорону довкілля та раціональне використання природних ресурсів; обсяг роздрібної торгівлі у розрахунку на душу населення; експорт продукції в дальнє і ближнє зарубіжжя у розрахунку на душу населення. 2. Соціальні: соціальна значущість галузі; забезпеченість населення житлом; забезпеченість населення приватними легковими автомобілями; забезпеченість регіону автомобільними шляхами з твердим покриттям; обсяг платних послуг для населення; рівень життя населення регіону. 3. Природно-ресурсні: наявність землі сільськогосподарського призначення. 4. Факторні: інвестиційно-значущі приватні показники та одиниці їх виміру. 5. Фактори, що спричиняють негативний вплив на інвестиційну привабливість регіону: частка збиткових підприємств; частка малозабезпеченого населення; питома вага робітників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам; рівень безробіття; рівень злочинності.

Вагомий внесок у дослідження цього питання

зробили Хобта В. М. і Мешков А. В. [2], які розглядали фактори формування інвестиційної привабливості на рівнях: держави, галузі і регіону, та класифікували (згрупували) їх. На думку дослідників, на формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні держави впливають наступні фактори, які вони об'єднали в 3 групи, а саме: 1. Політико-правові: ступінь політичної стабільності суспільства; законодавча база; офіційно прийнята концепція розвитку держави; ступінь розвитку податкової системи; ступінь стабільності національної валюти. 2. Економічні: темпи інфляції; бюджет держави; сировинні ресурси; місткість та платоспроможність внутрішнього ринку; стан фондового ринку і фінансово-кредитної системи; ступінь розвиненості податкової системи; ступінь стабільності національної валюти. 3. Соціально-культурні: соціальна інфраструктура; екологія; соціальна ієрархія і відносини у суспільстві.

На формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні регіону впливають наступні фактори, які економісти-науковці об'єднали в 4 групи, а саме: 1. Ступінь розвиненості інвестиційної інфраструктури: шляхи сполучення; обсяг виробництва будівельних матеріалів; кількість будівельних компаній. 2. Структура ризиків: екологічні ризики; кримінальні ризики; особливі ризики, притаманні регіону. 3. Демографічна структура: питома вага працездатного населення; рівень кваліфікації робітників регіону; питома вага населення регіону в загальному обсязі населення; співвідношення міського та сільського населення. 4. Ступінь економічної розвиненості регіону: питома вага регіону у ВВП; обсяг та динаміка капітальних вкладень на одну особу; питома вага збиткових підприємств; кількість підприємств; середній рівень зарплатні; обсяг виробництва на одну особу.

На формування інвестиційної привабливості підприємства на рівні галузі впливають наступні фактори, які Хобта В. М. і Мешков А. В. об'єднали в 7 груп: 1. Розмір та потенціал ринку: розмір ринку; потенціал ринку; еластичність цін; темп зростання ринку; циклічність попиту; прибутковість. 2. Конкуренція: наявність рівних конкурентів; ступінь спеціалізації конкурентів; інтенсивність конкуренції; наявність товарів-субститутів. 3. Бар'єри входження до галузі: капіталомісткість галузі; захищеність з боку держави; доступ до сировинних ресурсів; соціальні проблеми галузі. 4. Бар'єри виходу підприємства з галузі: державні та соціальні обмеження, що перешкоджають виходу з галузі; можливість та швидкість перепрофілювання активів. 5. Взаємовідносини з постачальниками: розташування постачальників; наявність матеріалів-субститутів; інтенсивність конкуренції серед постачальників; можливість формування стратегічних союзів з постачальниками. 6. Технологічні фактори: рівень інновацій у галузі; складність виробництва та продукції; патентно-ліцензійна ситуація; наукомісткість продукції. 7. Соціальні фактори: демографічні процеси; профспілки; суспільні організації; виробничі стосунки робітників та керівництва.

Важливий вплив на інвестиційну привабливість різних рівнів мають привілеї. Регіональний рівень з цієї точки зору є нерівномірним. Така ситуація спричинена природними, історичними, демографічними, етнографічними причинами. Ситуація не позитивна серед місцевих і локальних привілеїв (субсидій, субвенцій, дотацій, пільг, вільних економічних зон). На

жаль, диференціація привілеїв між різними регіональними рівнями обумовлюється не лише врахуванням конкретних місцевих особливостей, а й різною силою лобістського впливу керівників та підприємців тих чи інших регіонів.

На думку Скринник Н. В. [3], основними чинниками, які впливають на інвестиційну привабливість регіону, є: характер ринкового реформування економіки; правова, економічна й політична ситуація; фінансово-кредитна й податкова система; рівень розвитку ринкової інфраструктури; рівень тінізації економіки; географічне розташування і сприятливі кліматичні умови; стан науково-технічного комплексу; споживчий ринок; культурна спорідненість з іншими народами; природно-ресурсний потенціал і демографічний фактор, що свідчить про високий рівень освіти, професійну підготовку робітників і разом з тим низьку ціну робочої сили.

Дослідження Носової О. дозволили їй стверджувати, що «інвестиційна привабливість країни належить до визначального показника руху капіталу. Вона залежить від різноманітних чинників, що характеризують багатовекторність інвестиційних відносин на рівні фірми, регіону, країни. До основних чинників належать: економічні, правові, природного потенціалу й інституціональні. До економічних належать економічний потенціал, рівень економічного розвитку, наявність кваліфікованої робочої сили. Чинники природного потенціалу характеризують запаси природних ресурсів і їхню структуру. Правові визначаються інвестиційним законодавством, його реалізацією на всіх рівнях держави, гарантією прав власності. Інституціональні чинники детермінуються панівними нормами, правилами поведінки, традиціями, що існують у суспільстві, та правовими, економічними, технологічними інститутами, що функціонують» [4].

На думку Дуки А. П., інвестиційна привабливість країни визначається такими факторами:

1) можливість закріпитися на перспективному ринку збуту України;

2) прагнення одержати прибуток на довгостроковій основі;

3) доступ до порівняно дешевих джерел сировини та ресурсів, що підвищує конкурентоспроможність продукції за рахунок економії витрат виробництва і наближеності до джерел сировини;

4) використання відносно дешевої і кваліфікованої робочої сили як важливого фактору зниження витрат виробництва і відповідно собівартості продукції [5, с. 213].

Буднікова Ю. В. стверджує, що «всі фактори можна згрупувати в дві групи: фактори опосередкованого впливу та фактори безпосереднього впливу підприємства на інвестиційну привабливість. До першої групи відносяться фактори, які не піддаються впливу окремого підприємства, на них можна впливати тільки на державному рівні. До другої групи відносяться фактори, на які підприємство може впливати і змінювати їх показники, характеристики тощо» [6]. У ході роботи дослідницею їх було виявлено 34, які різною мірою впливають на інвестиційну привабливість підприємств, а саме: 1. Фактори опосередкованого впливу: галузева приналежність; географічне місце розташування; наявність і доступність природних ресурсів; екологічна ситуація; культура і освіта населення; економічна стабільність України; соціально-політична стабільність; нормативно-правове поле сфери

діяльності підприємства; інформаційне поле; пільги для інвесторів; розвинута інфраструктура; ступінь економічної свободи підприємств; позиція України на світовому ринку; наявність у держави органів, що контролюють інвестиційний процес; темпи інфляції; можливість експортувати продукцію; рівень доходів населення; конкуренція в галузі. 2. Фактори безпосереднього впливу: виробнича програма; маркетингова діяльність; управлінський облік і контролінг; корпоративне управління; кадровий потенціал; юридична діяльність; технологія виробництва; наявність плану стратегії розвитку; конкурентоспроможність; унікальність об'єкта; тривалість інвестиційної програми; рейтинг підприємства в галузі; платіжна дисципліна; стан майна і фінансових ресурсів; розмір витрат; структура капіталу.

Вагомий внесок у дослідження факторів, що здійснюють вплив на інвестиційну привабливість, зробили Гончарук А. Г. та Яцик А. А. Їм вдалося класифікувати фактори інвестиційної привабливості підприємства та визначити основні їх групи для підприємств харчової промисловості. На їх погляд, «використання факторного аналізу та математичного моделювання при визначенні інвестиційної привабливості підприємства не може в повній мірі відобразити вплив основних чинників на неї» [7]. У зв'язку з такою позицією вони запропонували класифікацію факторів інвестиційної привабливості підприємства, що не було вирішено раніше:

- 1) за характером виразу: якісні та кількісні;
- 2) за джерелом впливу: зовнішні та внутрішні;

3) за ступенем впливу: визначальні, важливі та слабого впливу;

4) за охопленням: загальні та часткові.

Збруцька Т. П та Гурський О. В. присвятили свою роботу значенню людського фактору на інвестиційну привабливість регіону. Вони стверджували «оскільки людський капітал є фактором, який впливає на все економічне життя суспільства, існує зв'язок між вартістю людського капіталу та інвестиційною привабливістю відповідної території» [9]. Під людським фактором вони розуміли: розвиток освіти; створення умов для підвищення кваліфікації; підвищення доступності освіти; культурний потенціал; потенціал здоров'я.

Проаналізувавши наявні дослідження щодо впливу різноманітних факторів на інвестиційну привабливість, ми дійшли висновку, що автори мають доволі чіткі позиції, але питання залишається не вирішеним до кінця, тому що всі науковці досліджували його загально: у галузі чи регіоні. На сьогодні поза увагою науковців залишився вплив факторів на інвестиційну привабливість підприємств. Науковий набуток не враховує особливості діяльності підприємств та галузей. Питання впливу факторів на інвестиційну привабливість авіаційної галузі та інвестиційну привабливість авіаційних підприємств залишаються малодослідженими.

На нашу думку, всі рівні інвестиційної привабливості дуже взаємозалежні (рис. 1), підприємство не може мати високий рівень інвестиційної привабливості, якщо галузь, до якої належить обране підприємство, має низький рівень привабливості.

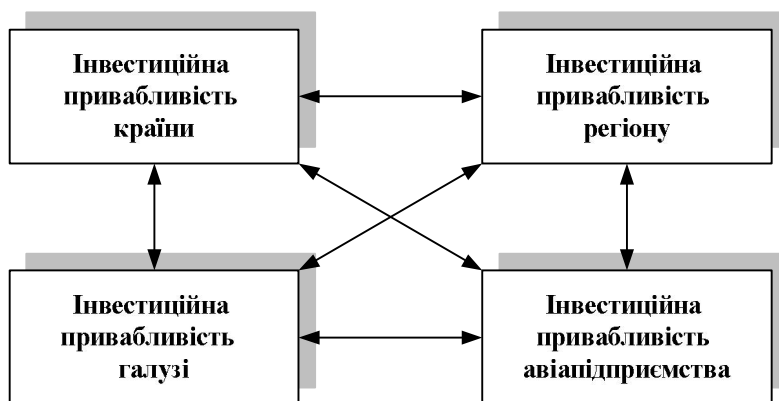


Рис. 1 Взаємозалежність інвестиційної привабливості різних рівнів*

*Розробка автора

Нами зазначено, що підприємство в системі впливу на інвестиційну привабливість є кінцевою точкою. Інвестиційна привабливість авіаційного підприємства визначається інвестиційною привабливістю всіх факторів (складових), а саме – країни, галузі і регіону (рис. 2). Велика кількість факторів за певних обставин та уподобань інвесторів прямо або опосередковано впливають на інвестиційну привабливість підприємств авіаційної галузі. Кожен з факторів має різний рівень впливу. Нами було підібрано та запропоновано власний підбір факторів, що впливають на інвестиційну привабливість різних рівнів, та виділено чинники, що

впливають на інвестиційну привабливість авіаційної діяльності, а саме: пасажиропотік, вантажопотік, кількість злетів/посадок повітряних суден, аеронавігаційне та аеропортове обслуговування, авіаційна безпека. Такі фактори, як пасажиропотік, вантажопотік, притаманні винятково для транспортної галузі, а кількість злетів/посадок повітряних суден, аеронавігаційне та аеропортове обслуговування, авіаційна безпека – лише для авіації. Незважаючи на невелику кількість таких факторів та вузьку сферу їх впливу, вагомість їх дуже висока.

ФАКТОРИ ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ

КРАЇНА

- ПОЛІТИЧНЕ:**
- концепція розвитку (нааяність плану та стратегії розвитку) країни;
 - стабільність законодавчо-правової бази;
 - рівень розвитку зовнішньоекономічних зв'язків;
 - стан корупції та бюрократичних бар'єрів;
 - захист та рівень втручання з боку влітчіх рівнів (міжнародних організацій);
 - політична ситуація в країні та ступінь політичної стабільності суспільства;
 - стан судової системи країни;
 - тощо.
- ЕКОНОМІЧНЕ:**
- рівень ВВП;
 - рівень економічного розвитку країни;
 - стан бюджетної системи та бюджету держави;
 - стан та розвиненість податкової системи;
 - стан фондового ринку;
 - стан грошово-кредитної системи;
 - темп інфляції;
 - наявність вільних економічних та офшорних зон;
 - розмір інвестицій в основний капітал;
 - обсяг капітальних вкладень;
 - стан науково-технічного прогресу, інноваційна активність їх питома вага, сучасність, технологій в країні;
 - якість управління країною;
 - стан та наявність сировинних ресурсів;
 - конкурентоздатність країни;
 - динаміка цін на сировину та продукцію;
 - перспективність розвитку країни;
 - тощо.
- СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНЕ:**
- розвиток соціальної інфраструктури в країні;
 - демографічна ситуація;
 - частка малозабезпеченості населення;
 - рівень злочинності;
 - стан ринку нерухомості та забезпеченість житлом;
 - рівень купівельної спроможності населення;
 - обсяг працеспроможного населення;
 - доступність освіти, рівень освіти та наявність кваліфікованої робочої сили;
 - середній вік населення країни;
 - розмір безробіття та розмір заробітної плати;
 - діловий імідж керівників країни;
 - потенціал культурних (правила поведінки, традиції та ін.) країни;
 - потенціал здоров'я країни;
 - тощо.
- ПРИРОДНО-ЕКОЛОГІЧНЕ:**
- стан екології та екологічності технологій;
 - запаси природних ресурсів необхідних для розвитку та їх питома вага (частка чорноземів, забезпеченість лісами, вологозабезпеченість та ін.);
 - наявність та розвиток транспортних комунікацій;
 - географічне розташування та сприятливість клімату країни;
 - близькість до світових ринків;
 - тощо.

ГАЛУЗЬ

- ПОЛІТИЧНЕ:**
- концепція розвитку (нааяність плану та стратегії розвитку) галузі;
 - стабільність законодавчо-правової бази щодо розвитку галузі;
 - відносини з іншими суб'єктами (державами, галузями, регіонами, підприємствами);
 - стан корупції та бюрократичних бар'єрів в галузі;
 - захист та рівень втручання з боку країни;
 - ступінь політичної стабільності суспільства;
 - тощо.
- ЕКОНОМІЧНЕ:**
- економічний потенціал галузі;
 - рівень ВВП галузі та питома вага у ВВП країни;
 - рівень економічного розвитку галузі;
 - стан бюджетної системи та розподіл бюджетних коштів на рівні галузі;
 - стан та вплив податкової системи на галузі;
 - стан фондового ринку;
 - стан грошово-кредитної системи;
 - темп інфляції;
 - розмір інвестицій в основний капітал галузі;
 - обсяг капітальних вкладень галузі;
 - стан науково-технічного прогресу, інноваційна активність їх питома вага, сучасність, технологій галузі;
 - якість управління галуззю;
 - стан та наявність сировинних ресурсів в галузі;
 - рівень необхідності в послугах і продукції галузі та уподобання споживачів;
 - діяльність конкурентів та показники діяльності конкурентів;
 - рівень завантаження потужностей галузі;
 - наявність формувати стратегічні союзи з постачальником;
 - обсяг реалізації продукції галузі;
 - динаміка цін на сировину та продукцію в галузі;
 - ефективність діяльності галузі;
 - наявність налагоджених каналів збуту та постійних споживачів;
 - перспективність розвитку галузі;
 - складність виробництва продукції чи надання послуг галузі;
 - кількість підприємств галузі та питома вага збиткових;
 - тощо.
- ПРИРОДНО-ЕКОЛОГІЧНЕ:**
- стан екології та екологічності технологій;
 - запаси природних ресурсів необхідних для розвитку галузі та їх питома вага;
 - наявність та розвиток транспортних комунікацій;
 - близькість до світових ринків;
 - тощо.

РЕГІОН

- ПОЛІТИЧНЕ:**
- концепція розвитку (нааяність плану та стратегії розвитку) регіону;
 - стабільність законодавчо-правової бази регіону;
 - відносини з іншими суб'єктами (державами, галузями, регіонами, підприємствами);
 - стан корупції та бюрократичних бар'єрів в регіоні;
 - захист та рівень втручання з боку країни;
 - ступінь політичної стабільності регіону;
 - стан судової системи регіону;
 - тощо.
- ЕКОНОМІЧНЕ:**
- економічний потенціал регіону;
 - рівень ВВП регіону та питома вага у ВВП країни;
 - рівень економічного розвитку регіону;
 - стан бюджетної системи та розподіл бюджетних коштів на рівні регіону;
 - стан та вплив податкової системи на регіону;
 - стан фондового ринку;
 - стан грошово-кредитної системи;
 - темп інфляції;
 - наявність вільних економічних та офшорних зон;
 - розмір інвестицій в основний капітал регіону;
 - обсяг капітальних вкладень в регіон;
 - стан науково-технічного прогресу, інноваційна активність їх питома вага, сучасність, технологій регіону;
 - якість управління регіоном;
 - стан та наявність сировинних ресурсів в регіоні;
 - рівень необхідності в послугах і продукції в регіоні та уподобання споживачів;
 - наявність конкурентів та показники діяльності конкурентів;
 - рівень завантаження потужностей регіону;
 - можливість формувати стратегічні союзи з постачальником;
 - обсяг реалізації продукції в регіоні;
 - динаміка цін на сировину та продукцію в регіоні;
 - ефективність діяльності регіону;
 - наявність налагоджених каналів збуту та постійних споживачів;
 - перспективність розвитку регіону;
 - кількість підприємств в регіоні та питома вага збиткових;
 - тощо.
- СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНЕ:**
- розвиток соціальної інфраструктури регіону;
 - демографічна ситуація та питома вага населення регіону в загальному обсязі населення;
 - частка малозабезпеченості населення в регіоні;
 - рівень злочинності та питома вага злочинності в регіоні;
 - стан ринку нерухомості та забезпеченість житлом в регіоні;
 - рівень купівельної спроможності населення регіону;
 - обсяг працеспроможного населення регіону та його питома вага;
 - доступність освіти, рівень освіти та наявність кваліфікованої робочої сили в регіоні;
 - створення умов для підвищення кваліфікації працівників регіону;
 - середній вік населення регіону;
 - кількість населення регіону та питома вага міських та сільських жителів;
 - розмір безробіття та розмір заробітної плати працівників в регіоні;
 - діловий імідж працівників регіону;
 - потенціал культурних (правила поведінки, традиції, тощо) регіону;
 - тощо.
- ПРИРОДНО-ЕКОЛОГІЧНЕ:**
- стан екології та екологічності технологій;
 - запаси природних ресурсів необхідних для розвитку регіону та їх питома вага;
 - наявність та розвиток транспортних комунікацій;
 - географічне розташування та сприятливість клімату регіону;
 - тощо.

ПІДПРИЄМСТВО

- ПОЛІТИЧНЕ:**
- концепція розвитку (нааяність плану та стратегії розвитку) підприємства;
 - стабільність законодавчо-правової бази;
 - відносини з іншими суб'єктами (державами, галузями, регіонами, підприємствами);
 - стан корупції та бюрократичних бар'єрів;
 - захист та рівень втручання з боку країни;
 - політична ситуація в країні та ступінь політичної стабільності суспільства;
 - тощо.
- ЕКОНОМІЧНЕ:**
- економічний потенціал підприємства;
 - рівень економічного розвитку підприємства;
 - розподіл бюджетних коштів на рівні державного підприємства;
 - стан та вплив податкової системи на підприємство;
 - стан фондового ринку;
 - стан грошово-кредитної системи;
 - темп інфляції;
 - розмір інвестицій в основний капітал підприємства;
 - обсяг капітальних вкладень підприємства;
 - стан науково-технічного прогресу, інноваційна активність їх питома вага, сучасність, технологій підприємства;
 - складність виробництва продукції чи надання послуг підприємства;
 - якість управління підприємства;
 - стан та наявність сировинних ресурсів підприємства;
 - рівень необхідності в послугах і продукції підприємства та уподобання споживачів;
 - наявність конкурентів та показники діяльності конкурентів;
 - рівень завантаження потужностей підприємства;
 - можливість формувати стратегічні союзи з постачальником;
 - обсяг реалізації продукції підприємства;
 - динаміка цін на сировину та продукцію підприємства;
 - ефективність діяльності підприємства;
 - наявність налагоджених каналів збуту та постійних споживачів;
 - перспективність розвитку підприємства;
 - показники фінансової стійкості та ліквідності;
 - платоспроможність;
 - прибутковість;
 - ринкова вартість майна;
 - тощо.
- СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНЕ:**
- розвиток соціальної інфраструктури підприємства;
 - стан ринку нерухомості та забезпеченість житлом працівників підприємства;
 - доступність освіти, рівень освіти та наявність кваліфікованої робочої сили підприємства;
 - створення умов для підвищення кваліфікації працівників підприємства;
 - середній вік працівників підприємства;
 - розмір середньої заробітної плати працівників підприємства;
 - діловий імідж працівників;
 - потенціал здоров'я працівників підприємства;
 - тощо.
- ПРИРОДНО-ЕКОЛОГІЧНЕ:**
- стан екологічності технологій підприємства;
 - запаси природних ресурсів необхідних для розвитку та їх питома вага;
 - наявність та розвиток транспортних комунікацій;
 - географічне розташування підприємства;
 - тощо.

АВІАЦІЙНІ

пасажиропотік, грузопотік, кількість вильотів/посадок повітряних суден, авіаційне обслуговування, аеропортне обслуговування, авіаційна безпека, тощо.

Рис. 2. Фактори що впливають на інвестиційну привабливість авіаційного підприємства (Розробка автора)

За результатами дослідження впливу факторів на інвестиційну привабливість нами було зроблено висновок, що проблема забезпечення інвестиційної привабливості авіаційних підприємств може бути вирішена лише після чіткого визначення усіх факторів,

що впливають на її рівень як зовні, тобто з боку держави, регіону та галузі, так і зсередини, а також необхідно регулярно доповнювати і розширювати чинники, які визначають інвестиційну привабливість.

Список літератури

1. Іванов, С. В. Особливості визначення рейтингу інвестиційної привабливості регіонів України [Текст] / С. В. Іванов // *Економіка Крима*. – 2004. – №12. – С. 45-49.
2. Хобта, В. М. Современные механизмы активизации инновационной деятельности и управление инвестиционными процессами [Текст] / В. М. Хобта, А. В. Мешков // *Наукові праці ДонНТУ*. – 2009. – Випуск 36-1. – С. 118-125
3. Скринник, Н. В. Фактори впливу на інвестиційний клімат регіону [Текст] / Н. В. Скринник // *Вісник Хмельницького національного університету* – 2010. – № 5. – Т. 4. – С. 237-242.
4. Носова, О. Моделі інвестиційної привабливості: основні методики оцінювання [Текст] / О. Носова // *Агора. Перспективи соціального розвитку регіонів*. – Випуск 7. – К.: Стило, 2008. – С. 102-110.
5. Дука, А. П. Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування [Текст] / А. П. Дука – К.: Каравела, 2007. – 424 с.
6. Буднікова, Ю. В. Інвестиційна привабливість підприємства та фактори впливу на неї [Текст] / Ю. В. Буднікова // *Інноваційна економіка*. – 2011. – №4(23). – С. 194-197.
7. Гончарук, А. Г. Про фактори інвестиційної привабливості харчових технологій [Текст] / А. Г. Гончарук, А. А. Яцик // *Економіка харчової промисловості*. – 2012. – № 1(11). – С. 34-36.
8. Черваньов, Д. М. Менеджмент інвестиційної діяльності підприємств [Текст] / Д. М. Черваньов. – К.: Знання-Прес, 2003, – 622 с.
9. Збрицька, Т. П. Людський капітал як фактор інвестиційної привабливості регіону [Текст] / Т. П. Збрицька, О. В. Гурський // *Управління розвитком*. – 2010. – №3(79). – С. 28-29.
10. Щербатенко, І. В. Аналіз вітчизняних та міжнародних підходів до оцінки інвестиційної привабливості [Текст] / І. В. Щербатенко // *Корпоративні фінанси: соціально-економічні, організаційно-правові та інституціональні аспекти* – 2012. – С. 74-75.

РЕЗЮМЕ

Щербатенко Ирина, Горбачова Оксана

Анализ факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность предприятий авиатранспортной отрасли

Рассмотрены факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность на разных уровнях, в частности для предприятий авиационной отрасли.

RESUME

Scherbatenko Iryna, Gorbachova Oksana

Analysis of factors affecting investment potential of airline industry

The factors affecting the investment attractiveness at different levels are considered in the article. The factors influence the investment attractiveness of the enterprise of the aviation industry are defined.

Стаття надійшла до редакції 18.12.2012 р.

БІЗНЕС-НАПРЯМОК ЯК СКЛАДОВА ЗБАЛАНСОВАНОГО ПОРТФЕЛЯ БІЗНЕСІВ

У статті проаналізовано особливості стратегічної сегментації портфеля бізнесів диверсифікованого підприємства. Розглянуто види структурних підрозділів, що можуть входити до його складу, розкрито економічну сутність. Показано відмінності між стратегічною одиницею бізнесу та бізнес-напрямком, що входять до складу портфеля диверсифікованого підприємства, розглянуто види останніх. Доведено вигідність формування збалансованого портфеля бізнесів диверсифікованого підприємства, до складу якого входять різні бізнес-напрямки.

Ключові слова: портфель бізнесів, збалансованість портфеля, стратегічна одиниця бізнесу, бізнес-напрямок, стратегічна сегментація портфеля бізнесів.

Характерною ознакою більшості сучасних вітчизняних ринків є зміна структури конкурентного середовища, що виявляється насамперед у суттєвому перерозподілі ринкової частки між підприємствами (наявними та новими) на товарних та географічних ринках де вони представлені. Дійсно, сьогодні значно складнішим стратегічним завданням з точки зору управління є вихід компанії на новий клієнтський сегмент та утримання впевнених конкурентних позицій на ньому, ніж реалізація нового продукту, але вже наявним споживачам [2, с. 12-17]. Такі турбулентні умови зовнішнього ринкового середовища змушують компанії більш ретельно підходити до формування продуктово-ринкових стратегій, передбачати можливі ризики, грамотно розраховувати фінансові можливості та розпоряджатися своїми ресурсами.

Тому актуальним питанням, серед низки інших стратегічних управлінських завдань, є формування та утримання стійких конкурентних переваг підприємства. Слід зазначити, що необхідною умовою успіху з комерційної точки зору є не просто формування сильних сторін підприємства, його товарів та послуг, а й формування сукупності таких видів економічної діяльності, які буде важко перейняти іншими ринковими гравцями, або принаймні час, який на це піде, буде достатньо довгим, що надасть змогу підприємству міцно закріпитися на ринку.

Питаннями, що пов'язані із методологією оцінювання, формування та управління бізнес-портфелем підприємства, займалися відомі іноземні та вітчизняні економісти, серед яких І. Ансофф, А. Є. Довгань, О. В. Зозульов, С. М. Ілляшенко, Ф. Котлер, Н. В. Куденко, Ж. Ж. Ламбен, А. В. Силаков, А. О. Старостіна, Р. А. Фатхутдінова та інші.

У дослідженнях Е. П. Голубкова, А. В. Силакова, Р. А. Фатхутдінової зроблено акцент на діагностуванні товарного портфеля підприємства та пошуку його збалансованої структури [10]. Роботи зазначених авторів стосуються, переважно, товарного портфеля, а не портфеля бізнесів диверсифікованої компанії. Категорія «портфель бізнесів» є більш широкою, ніж «портфель товарів», тому процес управління першим є складнішим та потребує більш детального розгляду. У роботах А. Є. Довганя, Є. В. Крикавського, Н. В. Куденко, О. М. Окландера, Д. В. Райко та ін. зустрічаємо досить детальний та змістовний аналіз наявних методів оцінювання складу та структури бізнес-портфеля

підприємства, їх класифікацію, обґрунтування доцільності застосування залежно від ринкової ситуації та маркетингово-управлінської проблеми. Значна увага в роботах зазначених науковців приділена стратегічним рекомендаціям з управління по відношенню до складових портфеля бізнесів залежно від їх поточних та перспективних ринкових позицій. Наукові дослідження Гуляєвої С. Л., Касатонової І. А. апелюють до проблеми функціонування малого бізнесу в Україні. Роботи зазначених авторів присвячені формуванню та управлінню складовими портфеля бізнесів малих підприємств.

Ширина зазначених наукових поглядів на предмет дослідження додатково підкреслює його різноплановість, багатоаспектність та актуальність у сучасних ринкових умовах. Тому низка питань, що пов'язані з портфельним управлінням, потребують більш детального дослідження.

Через ітераційність процесу управління диверсифікованим підприємством, перед керівництвом постійно постає питання пошуку та ефективного впровадження стратегічних заходів з посилення його конкурентоспроможності. Одним з ефективних маркетингових аспектів, який доцільно покласти в основу цього процесу, є формування такого складу та структури портфеля бізнесів, що унеможливить процес їх швидкого переймання конкурентами, надасть повнішу та якіснішу споживчу цінність клієнтам та забезпечить рентабельність комерційної діяльності підприємства загалом.

Метою дослідження є визначення методичних засад стратегічної сегментації портфеля бізнесів диверсифікованого підприємства. У межах зазначеної мети дослідження, нами були визначені наступні його задачі:

- проаналізувати економічну особливість підрозділів, що можуть входити до складу портфеля бізнесів диверсифікованого підприємства;
- дослідити відмінність між категоріями «стратегічна одиниця бізнесу» та «бізнес-напрямок»;
- визначити особливості проведення стратегічної сегментації діяльності диверсифікованого підприємства;

Теорія портфельного управління виникла на початку 60-их років ХХ сторіччя, коли сфера маркетингових компетенцій підприємства розширилась до корпоративного рівня [6, с. 95]. У найбільш

поширеному значенні під портфелем розуміють сукупність будь-чого, що використовується в економічній сфері і дозволяє скласти думку про характер поточної та перспективної діяльності підприємства. Класик маркетингу Ф. Котлер зазначає, що портфель бізнесів – це набір видів діяльності та товарів, котрі визначають профіль компанії [5, с. 37]. Схожої думки дотримується російський вчений Силаков А. В., який вважає, що портфель бізнесів містить перелік стратегічних бізнес-одиниць, які мають між собою деколи дуже значні відмінності з точки зору технології, цільового ринку і т.п. [10]. Касатонова І. А. зазначає, що бізнес-портфелем є сукупність взаємопов'язаних видів економічної діяльності суб'єкта господарювання, яка дозволяє формулювати альтернативи діяльності підприємства при реалізації його місії згідно з соціально-економічним призначенням та досягти при цьому бажаного результату прибутковості в умовах невизначеності. С. І. Ілляшенко та О. М. Олефіренко обґрунтовано ототожнюють бізнес портфель підприємства з портфелем замовлень [3, с. 126]. Так дослідники стверджують, що портфель бізнесів (замовлень) – це сукупність товарів і послуг, кожний елемент якої перебуває на своїй стадії життєвого циклу і потребує або приносить різний обсяг фінансових ресурсів. Портфель бізнесів підприємства формується з різних стратегічних одиниць бізнесу, що входять до його складу.

Таким чином, під портфелем бізнесів розуміємо набір видів ринкової діяльності підприємства, що складається з окремих стратегічних одиниць бізнесу або бізнес-напрямків, які входять до складу портфеля на принципах збалансованості. Дійсно, дотепер у науковій літературі та на практиці, формуючи корпоративний портфель, дослідники спирались на принцип оптимальності. Але в сучасних умовах оптимальність портфеля не завжди є однозначним цільовим критерієм, оскільки в його основу часто-густо покладені такі критерії, які одночасно можуть суперечити один одному (наприклад, збільшення прибутковості портфеля супроводжується зростанням його ризикованості тощо). Тому в широкому розумінні оптимальний склад портфеля бізнесів диверсифікованої компанії може формуватись на основі знаходження балансу різними цільовими функціями – його ринковими критеріями оптимальності [10].

До складу збалансованого портфеля бізнесів можуть входити окремі супутні підрозділи, повноцінні стратегічні одиниці бізнесу, а також комплексні види економічної діяльності. Такі види ринкової діяльності утворюють бізнес-напрямок підприємства, що входить до складу портфеля компанії. Бізнес-напрямок містить процес просування продукції і пов'язаного з ним пакету додаткових (супутніх) послуг, що управляється «по горизонталі» та «по вертикалі». Таким чином, поняття бізнес-напрямку є ширшим, ніж стратегічної одиниці бізнесу, оскільки може об'єднувати декілька стратегічних бізнес-одиниць.

Формування бізнес-напрямку є стратегічною метою управління кожною бізнес-одиницею. Якщо проаналізувати управлінський цикл будь-якою бізнес-одиницею, то можна виокремити наступні три управлінські стадії: від супутньої (допоміжної, підтримуючої) ролі до повноцінного господарського підрозділу (СОБ), який з часом стає конкурентоспроможним бізнес-напрямком

підприємства (див рис. 1). Бажання підприємства перетворити СОБ у повноцінний бізнес-напрямок пояснюється тим, що останній є більш рентабельним для компанії з фінансової точки зору. Під стратегічною одиницею бізнесу слід розуміти відокремлену зону управління підприємством, яка відповідає за певний різновид його бізнесу (ринкової діяльності). Бізнес-одиниця може охоплювати один важливий підрозділ підприємства, кілька товарних груп або навіть один різновид товару чи товарну марку, яку виробляє підприємство.

Процес виділення стратегічних бізнес-одиниць та бізнес-напрямків на підприємстві називається структуруванням його діяльності (або стратегічною сегментацією). Це досить непростий етап управління портфелем та потребує від менеджерів високого рівня теоретичних та прикладних галузевих знань. Розглянемо, за якими критеріями виділяють стратегічні одиниці бізнесу та бізнес-напрямки в портфелі і в чому полягає економічна відмінність цих двох понять [4-6].

1) Стратегічна одиниця бізнесу має власне коло споживачів: кожна СОБ орієнтована на певний клієнтський сегмент. Тому наявні в портфелі СОБ не конкурують між собою за одних й тих самих споживачів, оскільки мають різні клієнтські бази та/або задовольняють різні споживчі потреби.

2) Стратегічна одиниця бізнесу має власне коло конкурентів. Виділяють чотири рівні конкуренції: на рівні торгових марок (пряма конкуренція); товарно-видова чи галузева (конкурентами вважаються компанії, що виробляють товари в межах однієї товарної групи); товарно-рідова чи формальна (конкурентами вважаються компанії, що виробляють товари, які задовольняють ту ж потребу покупців і є близькими заміниками); загальна чи неявна (конкурентом вважається будь-який виробник, що бере участь у боротьбі за гроші споживача). Таким чином, наявні в портфелі одиниці бізнесу можуть конкурувати між собою тільки на четвертому – загальному – рівні.

3) Стратегічна одиниця бізнесу має власну стратегію розвитку: кожна СОБ в портфелі мусить грати свою маркетингову роль, котра забезпечить досягнення стратегічної мети підприємства загалом. На думку Д. Аакера, кожна стратегічна одиниця бізнесу може виконувати одну з наступних маркетингових ролей: стратегічна (основна) роль, «флангова» роль (СОБ, що не претендують на позиції лідера, але підтримують та захищають основні види діяльності), роль «срібної кулі» (СОБ, котрі є допоміжними, але такими вдалими, що їх імідж суттєво впливає на імідж основних СОБ), роль «камікадзе» тощо.

Кожна стратегічна одиниця бізнесу спрямована на отримання прибутку не в якості супутнього чи підтримуючого виду діяльності, а як повноцінний, незалежний підрозділ.

Ця умова стосується переважно послуг, що належать до третього рівня товару. Доставка, сервісне обслуговування, фінансові послуги тощо можуть виступати окремими СОБ у портфелі в тих випадках, коли:

- мають власний вхідний клієнтський потік, котрий не залежить від рівня попиту на базову (основну) СОБ;
- обслуговують не лише внутрішнього клієнта та внутрішні бізнес-процеси, але й зовнішні; незалежно від базової СОБ бажано скористатися даною).

Тобто певний структурний підрозділ буде окремою СОБ лише тоді, коли він виступає в якості повноцінної,

основної послуги. У випадках, коли йому відведена доповнююча (супутня, підтримуюча) роль, такий підрозділ не вважатиметься бізнес-одиницею, а буде лише посилювати надану споживчу цінність останньої.

Як показано на рисунку 1, структура бізнес-напряму може мати горизонтальний, вертикальний або змішаний вигляд. Якщо до певної СОБ «додаються» інші, супутні (підтримуючі) послуги, які посилюють

кінцеву споживчу цінність бізнес-одиниці, тоді вона формує вертикальний бізнес-напрямок. Коли наявні СОБ утворюють певну логічну послідовність бізнес-продуктів, кожен з них окремо може пропонуватись клієнту, проте споживча цінність їх вагома тільки коли вони надаються разом. Тоді мова йде про горизонтальну структуру бізнес-напряму.

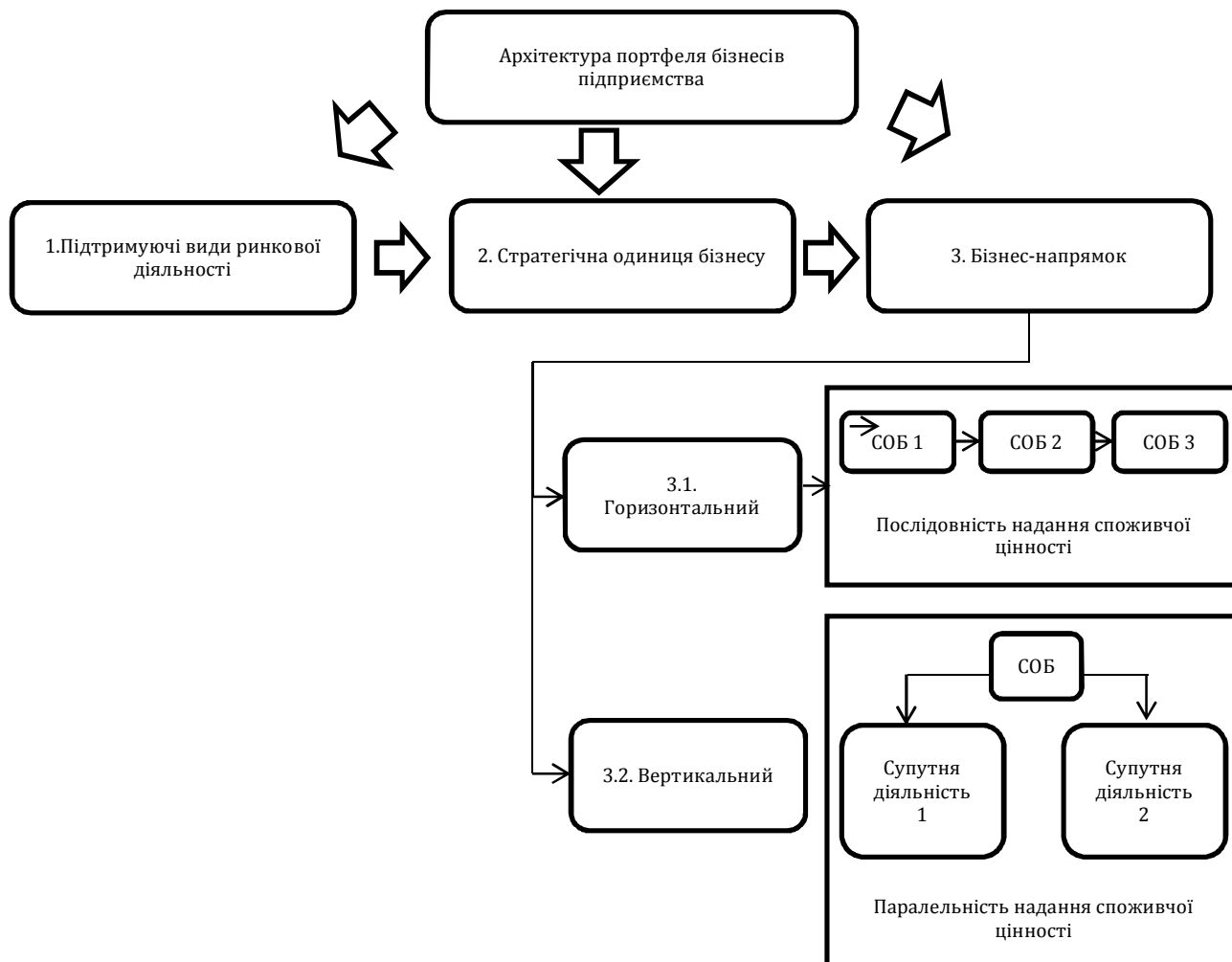


Рис. 1. Цикл управління стратегічною одиницею бізнесу в портфелі

Таблиця 1. Відмінність складових портфеля бізнесів

Характеристики порівняння	Підтримуючий вид ринкової діяльності	СОБ	Бізнес-напрямок
Ступінь задоволення споживчої цінності	Частково за рахунок задоволення неосновних (додаткових) потреб	Задоволення базових споживчих потреб	Повне та комплексне надання споживчої цінності
Рівень конкурентоспроможності підрозділу	Низький	Середній	Високий
Можливість відтворення аналогічної структури конкурентами	Велика	Середня	Мінімальна
Етап управлінського циклу	Впровадження	Зростання	Зрілість
Фінансова рентабельність для підприємства	Низька, середня	Середня, висока	Висока

Отже, до складу портфеля бізнесів диверсифікованого підприємства можуть входити стратегічні одиниці бізнесу та бізнес-напрямки. Як було

показано в дослідженні, ці категорії є відмінними за своєю економічною сутністю. Стратегічною метою управління будь-якою СОБ є доведення її до рівня

бізнес-напряму. Остання форма організації комерційної діяльності є більш привабливою, оскільки забезпечує підприємству та його складовим довгостроковий та стабільний розвиток. Вдалий бізнес-напрямок важко перейняти конкурентами, оскільки в ньому задіяна не одна, а декілька стратегічних бізнес-одиниць. Крім того, організація ринкової діяльності через формування бізнес-напрямоків є більш конкурентоздатною для

підприємства з комерційної точки зору. Оскільки в сучасних ринкових умовах портфель бізнесів доцільно формувати на принципах збалансованості його складу та структури, в подальших дослідженнях доцільно більше уваги звернути на формування критеріїв, що свідчатимуть про збалансованість портфеля, до складу якого входять стратегічні бізнес-одиниці та комплексні бізнес-напрямки.

Список літератури

1. Гаркавенко С. С. *Маркетинг : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / С. С. Гаркавенко.* – К. : Лібра, 1998. – 384 с.
2. Длігач А. О. *Стратегічне маркетингове управління: монографія / А. О. Длігач.* – К.: Алерта, 2012. – 272 с.
3. Ілляшенко С. М. *Управління портфелем замовлень науково-виробничого підприємства: монографія / С. М. Ілляшенко, О. М. Олефіренко.* — Суми: Унів. кн., 2008. — 272 с. — укр.
4. Ковтун О. І. *Стратегія підприємства : навч. посібник ; [2-ге вид., стереотип].* – Львів : «Новий світ – 2000», 2006. – 388 с.
5. Котлер Ф. *Основы маркетинга / Ф. Котлер Ф. ; [пер. с англ. Е. М. Пеньковой].* – М. : Прогресс, 1992. – 567 с.
6. Куденко Н. В. *Маркетингові стратегії фірми: монографія / Н. В. Куденко.* – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с
7. Ламбен Ж. Ж. *Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен.* – СПб. : Питер, 2007. – 272 с.
8. Портер М. *Конкуренция / М. Портер.* – М. : Вильямс, 2005. — 608 с.
9. Хоминич И. П. *Финансовая стратегия компаний: учебник / И. П. Хоминич.* – М. : Рос. экон. акад. им. Г. В. Плеханова, 2008. – 155 с.
10. Силаков А. В. *Выбор структуры товарного портфеля предприятия на основе анализа его сбалансированности [Электронный ресурс] / А. В. Силаков – 2008. – Режим доступа: <http://www.dis.ru/library/market/archive/2004/6/4288.html>*

РЕЗЮМЕ

Яворская Екатерина

Бизнес-направление как составная часть сбалансированного портфеля бизнесов диверсифицированного предприятия

В статье проанализированы особенности стратегической сегментации портфеля бизнесов диверсифицированного предприятия. Рассмотрены виды структурных подразделений, которые могут входить в состав портфеля бизнесов, раскрыто их экономическую сущность. Показано различия между стратегической бизнес-единицей и бизнес-направлением, составляющими состав портфеля диверсифицированного предприятия, рассмотрены виды последних. Доказано выгодность формирования сбалансированного портфеля бизнесов диверсифицированного предприятия, в состав которого входят различные бизнес-направления.

RESUME

Yavorska Kateryna

Business areas as a component of balanced portfolio of diversified enterprises

The features of business portfolio strategic segmentation of diversified enterprises are analyzed. The types of business units which may be included to the portfolio are considered, their economic substance is revealed. Difference between strategic business unit and business direction are shown. Utility of forming balanced portfolio within diversified enterprises is proved.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

РОЗРАХУНОК ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті висвітлюється проблема побудови оптимальної структури капіталу підприємств лісового господарства. Пропонується при розрахунку оптимальності використовувати ефект фінансового левериджу. Проаналізовано фінансовий леверидж та запропоновано модель оптимізації структури капіталу підприємства.

Ключові слова: оптимальна структура капіталу, фінансовий леверидж, лісове господарство.

Питання економічного аналізу відіграють важливу роль в оцінці ефективності господарської діяльності та пошуку шляхів її підвищення. Будь-яка підприємницька діяльність потребує постійного контролю за своїм розвитком, аналізу процесів, під дію яких потрапляє підприємство в сучасних умовах господарювання. Однією з актуальних проблем економічного аналізу є проблема дослідження оптимальності структури капіталу підприємства. Структура капіталу використовується для того, щоб визначити пропорції між різними джерелами, які підприємство застосовує у своїй діяльності і визначається співвідношенням боргів та власного капіталу підприємства. А тому структура капіталу визначає шлях одержання підприємством довгострокових фінансових ресурсів.

Нині окремі аспекти цієї проблеми є предметом дослідження багатьох вчених. Серед зарубіжних науковців вагомий внесок у дослідження цього питання зробили: І. Т. Балабанов, Є. Ф. Брікхем, Дж. М. Вахович, А. Гропеллі, В. В. Ковальов, О. С. Стоянова, Дж. І. Фіннерті, А. Д. Шермет та інші, а також вітчизняні вчені: І. О. Бланк, Г. Г. Кірейцев, А. М. Поддєрьогін, В. П. Савчук, О. О. Терещенко. Проте різноманітність трактувань та недостатнє обґрунтування методів розрахунку оптимальності структури капіталу для підприємств лісового господарства спричиняє необхідність пошуку нових ефективних шляхів побудови концепції структури капіталу.

Метою статті є пошук ефективних методів розрахунку оптимальної структури капіталу та побудови моделі оптимізації для підприємств лісового господарства.

Основою ефективного управління капіталом є, на наш погляд, концепція його структури. Однозначного визначення «оптимальна структура капіталу підприємства» як категорії не існує, а тому різні автори трактують оптимальність структури капіталу диференційовано за певними показниками. Так Є. Ф. Брікхем [1, с. 615], І. В. Викиданець [2], О. С. Стоянова [3, с.312], Е. Нікхбахт, А. Гропеллі [4, с. 26], В. Г. Белоліпецький [5], Р. С. Каплан, Д. П. Нортона [6], Г. Г. Кірейцев [7] та інші трактують поняття оптимальної структури капіталу як співвідношення власного та залученого капіталу, яке призводить до максимізації вартості акцій підприємства.

Інша група авторів, як критерій оптимізації співвідношення власного та залученого капіталу,

виокремлює вартість підприємства загалом. До цієї групи можна зарахувати таких, як : Дж. К. Шим, Дж. Г. Сигел [8], В. В. Ковальов [9], О. О. Терещенко [10, с.17] та інших. За твердженнями цих вчених-економістів, процес оптимізації структури капіталу підприємства в підсумку передбачає формування оптимального співвідношення різних джерел фінансування діяльності підприємства, за якого максимізується вартість останнього. Тобто акцентують на оцінюванні середньозваженої вартості капіталу.

Розвиваючи зазначені вище критерії визначення оптимальної структури капіталу підприємств, деякі дослідники зосереджують свою увагу на критерії співвідношення рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості підприємства. Так І. О. Бланк зазначає, що оптимальна структура капіталу – це таке співвідношення використання власних і залучених джерел, за якого забезпечується найбільш ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності та коефіцієнтом фінансової стійкості, тобто максимізується його ринкова вартість [11, с. 324].

Аналіз фінансового левериджу є одним із методів оптимізації структури капіталу. Фінансовий леверидж – потенційна можливість впливати на чистий прибуток підприємства шляхом зміни обсягу і структури пасивів.

Збільшення відносного обсягу залучених підприємством позикових коштів збільшує рівень фінансового левериджу, тому з цією категорією міцно пов'язане поняття фінансового ризику.

$$P_{фл} = (1 - C_{nn}) \times (EP - ПС) \times \frac{ПК}{ВК}, \quad (1)$$

де C_{nn} – ставка податку на прибуток, частка од.;
 EP – економічна рентабельність (відношення прибутку від операційної діяльності до середньої вартості активів), %;

$ПСК$ – середньозважена ставка відсотків за кредитами, отриманими підприємством, %;

$ПК$ – позиковий капітал підприємства, грн;

$ВК$ – власний капітал підприємства, грн.

Дію формування ефекту фінансового левериджу покажемо у таблиці 1 по підприємствах ДП «Тернопільське лісове господарство» та ДП «Чортківське лісове господарство».

Таблиця 1. Аналіз фінансового левериджу по підприємствах лісового господарства Тернопільської області за 2007-2011рр.

№ з/п	Показники	ДП «Тернопільське лісове господарство»			«ДП Чортківське лісове господарство»		
		2007	2009	2011	2007	2009	2011
1	Сума використовуваного капіталу (активів), тис грн.	4305	4807	5024	6937	6611	8441
2	Власний капітал, тис грн.	2464	2475	2760	3770	3902	4147
3	Позиковий капітал, тис грн.	1475	2332	2264	3141	2677	4207
4	Валовий прибуток (без витрат на сплату відсотків за кредит), тис грн.	4778	2049	5802	4084	2676	4418
5	Коефіцієнт валової рентабельності активів (без витрат на сплату відсотків за кредит), % (рядок 4/рядок 1 x 100%)	110	42,6	115,5	58,8	40,5	52,3
6	Середній рівень відсотків за кредит, %	18	18	18	18	18	18
7	Сума відсотків, сплачених за кредит, сплачена за використання позикового капіталу (рядок 3 x рядок 6/ 100%), тис грн.	265,5	419,8	407,5	565,3	481,9	757,3
8	Сума валового прибутку з урахуванням витрат зі сплати відсотків за кредит (рядок 4 – рядок 7), тис грн.	4512,5	1629,2	5394,5	3482,7	2194,1	3660,7
9	Ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
10	Сума податку на прибуток (рядок 8 x рядок 9), тис грн.	1353,8	488,8	1618,4	1044,8	658,2	1098,2
11	Сума чистого прибутку (рядок 8 – рядок 10), тис грн.	3158,7	1140,4	3776,1	2437,9	1535,9	2562,9
12	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу, % (рядок 11/рядок 2 x 100%)	128,2	46,1	136,8	64,7	39,4	61,8
13	Приріст рентабельності власного капіталу у зв'язку з використанням позикового капіталу, %	38,5	16,2	55,9	23,8	10,8	31,5

З проведеного у таблиці 1 аналізу видно, що в підприємстві ДП «Тернопільське лісове господарство» ефект фінансового левериджу становив у 2007 р. 38,5 % $[(1 - 0,3) \cdot (110 - 18) \cdot 1475 : 2464]$, у 2009 р., 16,2% $[(1 - 0,3) \cdot (42,6 - 18) \cdot 2332 : 2475]$ та 55,9 % $[(1 - 0,3) \cdot (111,5 - 18) \cdot 2264 : 2760]$ у 2011р., а для підприємства ДП «Чортківське лісове господарство» — 23,8 % $[(1 - 0,3) \cdot (58,8 - 18) \cdot 3141 : 3770]$ у 2007р., 10,8% $[(1 - 0,3) \cdot (40,5 - 18) \cdot 2677 : 3902]$, 31,5% $[(1 - 0,3) \cdot (52,3 - 18) \cdot 4207 : 4147]$. Тобто, найвищий рівень фінансового левериджу спостерігався у 2011р. як в ДП «Тернопільське лісове господарство» так і у ДП «Чортківське лісове господарство». Отже, якщо частки власного та позикового капіталу приблизно рівні, то тим більшу суму прибутку воно отримує на власний капітал.

Методика аналізу фінансового левериджу встановлює таку умову: при використанні тільки власних коштів фінансовий леверидж дорівнює нулю.

Розрахункове значення ефекту фінансового левериджу (Рфл) обумовлюється дією наступних чинників: податковим коректором $(1 - \text{Спн})$, розміром диференціалу фінансового левериджу $(\text{ЕР} - \text{ПСК})$, коефіцієнтом фінансового левериджу $\text{ПК} / \text{ВК}$. Збільшення рівня фінансового левериджу має подвійний вплив на підприємство: збільшує фінансовий ризик та підвищує рівень рентабельності власного капіталу підприємства.

Побудуємо для лісгосподарського підприємства

оптимізаційні моделі перебору потенційних структур капіталу підприємства, дані яких занесено в таблицю 2.

Як бачимо із наведених у таблиці розрахунків, найбільш ефективної структури капіталу підприємство набуло при співвідношенні власного та позикового капіталу 61,3:38,7%. Така структура забезпечила рентабельність власного капіталу 32,9%. Подальше збільшення частки позикового капіталу призвело до зменшення рентабельності власного капіталу.

На жаль, нині підприємства не застосовують прогнозні розрахункові методи щодо формування структури капіталу і роблять це без урахування раціональності співвідношення власного та позикового капіталу. Отже, формування оптимальної структури капіталу вимагає забезпечення найбільш ефективної пропорції між рентабельністю та фінансовою стійкістю підприємства, тобто максимізації його ринкової вартості.

З метою вирішення питання оптимізації структури капіталу була розглянута модель на основі критерію максимізації прогнозуєної рентабельності власного капіталу та показника фінансового левериджу у ДП «Кременецьке лісове господарство». При застосуванні запропонованих методів розрахунків необхідно враховувати наступні чинники впливу на оптимізацію структури капіталу підприємств лісового господарства:

1. Серед особливостей лісової галузі велика тривалість виробничого циклу господарства та зв'язок

процесу праці з біологічними перетвореннями визначає ступінь використання підприємствами позикового капіталу. Що менший період виробничого циклу, то більше може бути використаний позиковий капітал, і навпаки.

2. Стадія життєвого циклу підприємства. На стадії зрілості підприємствам варто більшою мірою використовувати власний капітал.

3. Конкурентоспроможна продукція лісового господарства та рівень попиту на неї. Що вища конкурентоспроможність продукції та більший рівень попиту на неї, то менший рівень фінансових ризиків і тим більше можливе використання позикового капіталу.

4. Рівень рентабельності. За рахунок збільшення показників рентабельності збільшується кредитний рейтинг підприємства та ступінь

застосування позикового капіталу. Проте, якщо рівень рентабельності високий, то власники підприємства мають змогу отриманий прибуток капіталізувати та забезпечити вищий рівень віддачі капіталу та зменшити питому вагу позикового капіталу.

5. Рівень податку на прибуток. За високої ставки оподаткування прибутку підвищується доцільність застосування позикового капіталу.

6. Управління фінансовою діяльністю підприємством. За умови, якщо власник підприємства не приймає високих рівнів ризику, основою капіталу підприємства є власні засоби. Проте прагнення до отримання великих прибутків змушує власників використовувати додатковий (позиковий) капітал, основним завданням тут є забезпечення чіткого фінансового контролю та раціонального управління позиковим капіталом.

Таблиця 2. Оптимізаційні моделі перебору фактично можливих структур капіталу для ДП «Кременецьке лісове господарство»

Показники	2012 рік					
	0 модель	1 модель	2 модель	3 модель	4 модель	5 модель
Середня сума всього капіталу, що використовується	5762,0	5762,0	5762,0	5762,0	5762,0	5762,0
Середня сума власного капіталу	2863,0	5059,0	4765,2	4200,5	3998,8	3532,1
Середня сума позикового капіталу	0,0	703	996,8	1561,5	1763,2	2229,9
Структура капіталу:						
власний	100,0%	87,8%	82,7%	72,9%	69,4%	61,3%
позичковий	0,0%	12,2%	17,3%	27,1%	30,6%	38,7%
Сума валового прибутку	2309,0	2309,0	2309,0	2309,0	2309,0	2309,0
Економічна R активів, %	40,1	40,1	40,1	40,1	40,1	40,1
Серед. рівень за кредит, %	0,0	18,0	21,0	24,0	26,0	29,0
Сума відсотків сплачених за використання позикового капіталу, %	0,0	126,5	209,3	374,8	458,4	646,7
Сума валового прибутку з урахуванням витрат зі сплати відсотків за кредит	2309,0	2182,5	2099,7	1934,2	1850,6	1662,3
Ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Сума податку на прибуток (рядок 8 x рядок 9)	692,7	654,8	629,9	580,3	555,2	498,7
Сума чистого прибутку, що залишився в розпорядженні підприємства	1616,3	1527,7	1469,8	1353,9	1295,4	1163,6
R власного капіталу, %	56,5	30,2	30,8	32,2	32,4	32,9
ЕФЛ	0	2,1	2,8	4,2	4,4	4,9

Отже, беручи до уваги усі завдання і фактори впливу, пропонуємо такий алгоритм оптимізації структури капіталу підприємств лісового господарства (рис.1).

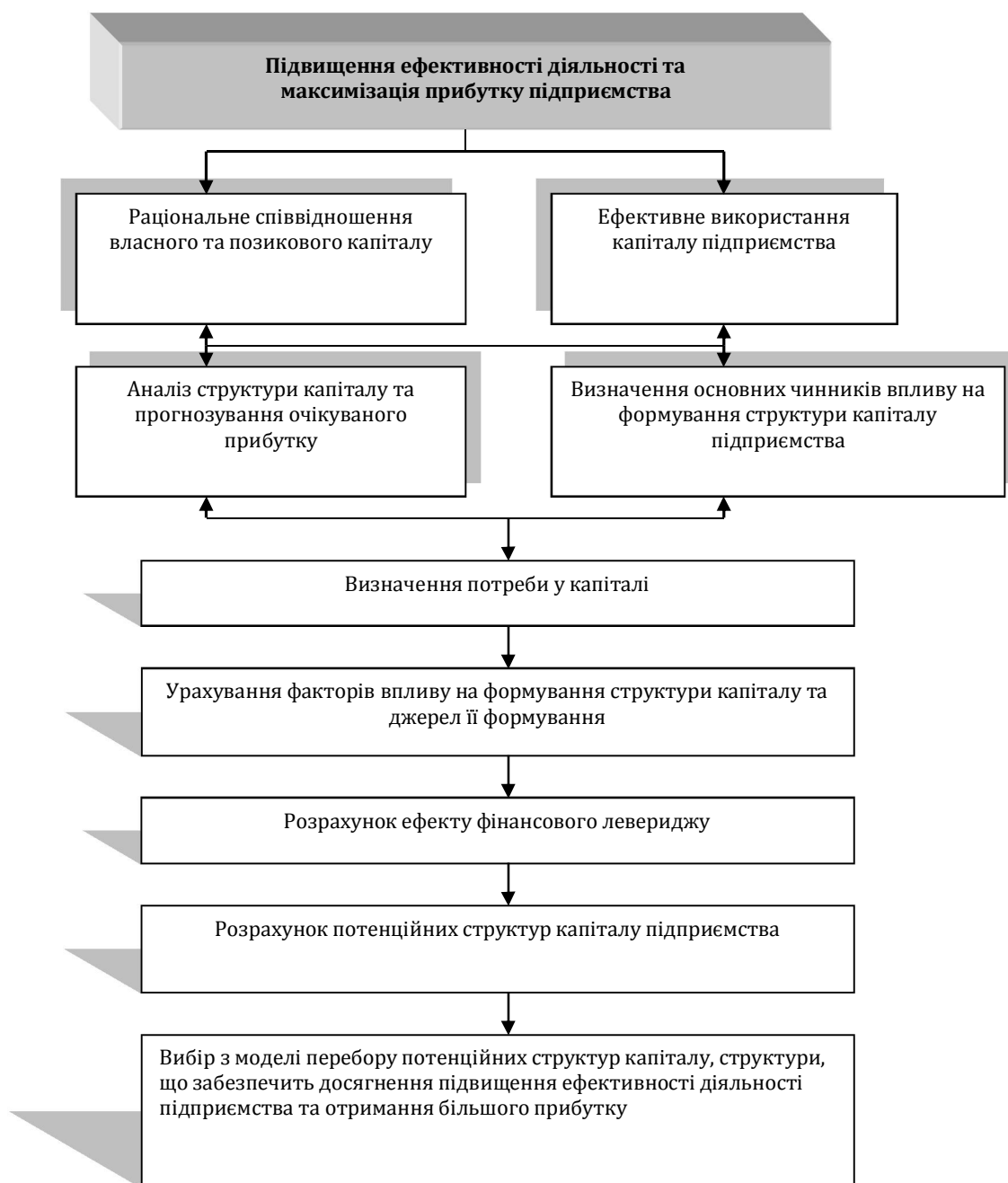


Рис. 1. Алгоритм оптимізації структури капіталу підприємств лісового господарства

Запропонований алгоритм дасть змогу розрахувати найоптимальнішу структуру капіталу для окремо взятого підприємства та сформувати таке співвідношення власного і позикового капіталу, за якого будуть досягатись основні цілі діяльності підприємства, такі, як: збільшення прибутку, підвищення фінансової стійкості, збільшення рівня рентабельності та ділової активності та забезпечення раціонального і ефективного використання капіталу підприємства.

Необхідно зазначити, що побудова структури капіталу за допомогою розрахунку ефекту фінансового левериджу широко використовується на практиці

західними економістами, що не можна сказати про вітчизняних. Проте, вважаємо, що механізм фінансового левериджу є ефективним інструментом оптимізації структури капіталу, що дає змогу обрати ту структуру капіталу, яка забезпечить високу рентабельність власного капіталу та призведе до збільшення прибутку. Тому, підприємствам лісового господарства необхідно під час проведення аналізу структури капіталу проводити розрахунки показника ефекту фінансового левериджу, що забезпечить розрахунок рентабельності підприємства та оптимізує структуру капіталу підприємства.

Список літератури

1. Бріггем Є.Ф. *Основи фінансового менеджменту* / Є. Ф. Бріггем: пер. з англ. – К.: Молодь, 1997. – 1000 с.
2. Викиданець І.В. *Методи оптимізації структури капіталу підприємства* [Електронний ресурс] / І.В. Викиданець. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/2009_3/27.pdf.

-
3. Стоянова Е. С. Финансовый менеджмент : учебник / Е. С. Стоянова. — [6-е изд.]. — М. : Перспектива, 2008. — 656 с.
 4. Нікбахт Е. Фінанси / Е. Нікбахт, А. Гропеллі ; пер. з англ. — К. : Основи, 1993. — 38 с.
 5. Белоліпецький В. Г. Финансы фирмы : курс лекций / В. Г. Белоліпецький; под ред. И. П. Мерзлякова. — М. : Инфра-М, 1999. — 220 с.
 6. Каплан Р. С. Измерение стратегической готовности нематериальных активов [Электронный ресурс] / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон. — Режим доступа: <http://www.rjm.ru/archiv.php?inumber=7&id=57>.
 7. Кірейцев Г. Г. Финансовый менеджмент : навч. посіб. / Г. Г. Кірейцев. — [3-є вид.]. — К. : Центр навчальної літератури, 2004. — 531 с.
 8. Шим Д. К. Финансовый менеджмент / Джей К. Шим, Джоэл Г. Сигел ; пер. с англ. — М. : Финиль, 1996. — 400 с.
 9. Ковалев В. В. Финансы / В. В. Ковалев. — [2-е изд., перераб. и доп.]. — М. : ТК Велби, изд-во „Проспект”, 2006. — 452 с.
 10. Терещенко О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві : монографія / О. О. Терещенко. — К. : КНЕУ, 2004. — 268 с.
 11. Бланк І. О. Финансовый менеджмент : навч. посіб. [реком. МОН України для студ. ВНЗ] / І. О. Бланк. — К. : Ельга, 2008. — 724 с.

РЕЗЮМЕ

Яковец Татьяна

Расчет оптимальной структуры капитала для предприятий лесного хозяйства

В статье освещается проблема построения оптимальной структуры капитала предприятий лесного хозяйства. Предлагается при расчете оптимальности использовать эффект финансового левериджа. Проанализированы финансовый леверидж и предложена модель оптимизации структуры капитала предприятия.

RESUME

Yacovets Tetyana

Calculation of the optimal capital structure for forestry

The article deals with the problem of construction of the optimal structure of capital of forestry. It is proposed to use financial leverage effect while calculating the optimality. Analysis of financial leverage and the model of optimization of capital structure of the enterprise has been carried out.

Стаття надійшла до редакції 19.02.2013 р.

ЭКСТРАПОЛЯЦИЯ КАК СРЕДСТВО ЭКСПРЕСС-ДИАГНОСТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЫБНОГО ХОЗЯЙСТВА

Рассмотрен экстраполятивный подход к диагностике состояния рыбного хозяйства Украины. Выявлены секторы (аквакультура и океаническое рыболовство), требующие неотложного вмешательства государства в их возрождение и развитие. Предложено включить метод экстраполяции в систему мониторинга управления хозяйственной деятельностью предприятий, секторов и рыбного хозяйства Украины в целом.

Ключевые слова: экстраполяция, тренд, диагностика, рыбное хозяйство, управление.

Проблема обеспечения продовольственной безопасности страны требует формирования эффективного механизма управления предприятиями агропромышленного комплекса, в состав которого входит рыбное хозяйство Украины, находящееся в критическом состоянии. Исследование проблем, обусловивших кризис отрасли, и подходов к разработке комплексного механизма управления предприятиями рыбного хозяйства Украины рассматривалось в работах ведущих ученых и специалистов рыбохозяйственной отрасли, в частности, Болтачева А. Р., Москвина А. М., Сербобы И. И. и др.

Эффективное управление предприятиями рыбного хозяйства в числе прочих мер предполагает и наличие соответствующего диагностического инструментария, позволяющего своевременно выявлять негативные тенденции развития хозяйствующих субъектов и оперативно на них реагировать. Статистическая наука и практика наработала целый арсенал средств и методов, которые без особых проблем могут быть адаптированы в систему мониторинга управления предприятиями рыбного хозяйства Украины. Вместе с тем, в научных публикациях и на уровне аналитической практики отдельных предприятий отрасли эти возможности не рассматриваются и не реализуются.

Целью статьи является как обоснование актуальности внедрения статистических методов в аналитическую практику управления предприятиями рыбного хозяйства Украины, так и демонстрация возможностей их применения на примере экспресс-диагностики тенденций развития соответствующих направлений рыбохозяйственной деятельности.

Управление предприятиями рыбного хозяйства Украины предполагает комплексный подход, включающий активное участие государства в регулировании и поддержке их деятельности. Вместе с тем, само рыбное хозяйство представлено существенно различающимися по технико-технологической базе, особенностям организации производства, специализации работников и т.д. секторами – рыбноводством (аквакультурой) и рыболовством, включающим рыболовство в азово-черноморском бассейне и океаническое рыболовство. Указанные направления (секторы) рыбохозяйственной деятельности характеризуются неодинаковым технико-экономическим состоянием и имеют разный потенциал развития, что обязательно должно учитываться при

формировании государственной программы развития рыбного хозяйства Украины в условиях сложного экономического положения.

Экспресс-диагностика перспектив и приоритетов развития предприятий рыбного хозяйства предполагает выявление симптомов (внешних признаков), характеризующих экономическое состояние его секторов, и может рассматриваться как элемент системы мониторинга управления рыбным хозяйством Украины.

Метод экстраполяции, традиционно рассматриваемый как один из фактографических методов прогнозирования [1, с. 120], позволяет отчетливо показать проблемные направления рыбохозяйственной деятельности и обозначить глубину сложившихся проблем, выполняя, таким образом, диагностическую функцию.

Экстраполяция, представляющая собой распространение выводов, сделанных на основе настоящих и (или) прошлых состояний объекта исследования на его будущее (предполагаемое) состояние, включает трендовый анализ динамических рядов с целью отыскания основных тенденций развития. Форма тренда позволяет четко обозначить сложившуюся тенденцию развития объекта исследования и ускорение, с которым меняется уровень анализируемых характеристик. Одной из важнейших задач трендового анализа рядов динамики является правильный выбор формы тренда (уравнения регрессии), параметры которого и определяют выбор управленческих решений. Удостовериться в надежности значений параметров уравнения регрессии относительно того, насколько они адекватно отражают тенденцию развития объекта исследования, позволяет F -критерий Фишера. Если $F_{факт} > F_{теор}$, то уравнение регрессии значимо, т.е. построенная модель адекватна фактической временной тенденции.

В практике трендового анализа ряды динамики чаще всего выравниваются по прямой, параболе второго порядка и экспоненте, представленным соответствующими уравнениями [2, с. 156]:

- линейный тренд

$$f(t) = \hat{y} = a + b \cdot t; \quad (1)$$

- параболический тренд

$$f(t) = \hat{y} = a + b \cdot t + c \cdot t^2; \quad (2)$$

- экспоненциальный тренд

$$f(t) = \hat{y} = a \cdot k^t, \quad (3)$$

где \hat{y} – уровни, освобожденные от колебаний;

a – начальный уровень тренда в момент или период, принятый за начало отсчета времени t ($t = 0$);

t – номер периода;

b – среднегодовой абсолютный прирост (константа линейного тренда). Параметр, показывающий, насколько изменится результат при изменении времени на единицу;

c – квадратический параметр, равный половине ускорения (константа параболического тренда). Ускорение представляет собой разность между абсолютным приростом за данный период и абсолютным приростом за предыдущий период одинаковой длительности;

k – коэффициент роста (константа экспоненциального тренда). Параметр, показывающий, во сколько раз изменится результат при изменении времени на единицу.

Линейный тренд наиболее адекватно характеризует фактическую временную тенденцию, если уровни ряда изменяются приблизительно в арифметической прогрессии, т. е. ускорения не наблюдается; параболический тренд – если изменение уровней ряда происходит с приблизительно равномерным ускорением или замедлением цепных абсолютных приростов; экспоненциальный тренд – если уровни ряда динамики изменяются приблизительно в геометрической прогрессии.

В основе трендового анализа (экспресс-диагностики) эффективности управления объективными предпринятиями рыбного хозяйства положен временной ряд вылова рыбы и добычи других водных ресурсов Украиной (в тоннах) за 1991-2011 гг., т.е. за весь период существования рыбного хозяйства в рамках национальной экономики независимой Украины. Вылов рыбы является основным показателем производства продукции рыбодобывающих и рыболовных предприятий в натуральном выражении. Его уровень и динамика определяют значения практически всех экономических показателей, характеризующих эффективность хозяйственной (в том числе управленческой) деятельности, и отражает тенденции развития как отдельных хозяйствующих субъектов, так и соответствующих секторов и рыбного хозяйства Украины в целом.

Линейный тренд вылова рыбы и добычи других водных ресурсов в целом по рыбному хозяйству Украины представлен уравнением $\hat{y} = 340727,5 - 18813,0 \cdot t$ при $F_{факт} = 23,8$, $F_{теор} = 4,4$; параболический тренд – $\hat{y} = 282910,6 - 18813,0 \cdot t + 1576,8 \cdot t^2$ при $F_{факт} = 18,2$, $F_{теор} = 3,6$; экспоненциальный тренд –

$\hat{y} = 317722,5 \cdot 0,952^t$ при $F_{факт} = 13,5$, $F_{теор} = 4,4$. Расчет параметров уравнения трендов проводился методом наименьших квадратов с переносом начала отчета времени t_i в середину ряда.

Все три уравнения вполне адекватно отражают фактическую временную тенденцию вылова рыбы Украиной, так как во всех случаях $F_{факт} > F_{теор}$. Тем не менее, наиболее высокую степень надежности параметров уравнения регрессии гарантирует линейный тренд, показывающий, что на протяжении периода 1991-2011 гг. ежегодно объем вылова рыбы и добычи других водных ресурсов по Украине в целом неуклонно снижался в среднем на 18813,0 т. Фактическая и выровненная по прямой динамика объемов вылова рыбы и добычи других водных ресурсов Украиной за 1991-2011 гг. показана на рис. 1. Сложившаяся отрицательная тенденция объемов производства продукции (вылова) рыбного хозяйства Украины обусловлена совокупным влиянием на нее результатов хозяйственной деятельности рыболовных и рыболовных предприятий.

До настоящего времени отечественная государственная статистика не выделяла такие виды экономической деятельности, как рыбоводство (аквакультура) и рыболовство, ставшие объектами КВЭД Украины только с 01.01.2012 г. [3], и отражала объемы вылова рыбы и добычи других водных ресурсов лишь по видам водоемов, в частности: во внутренних водоемах; в исключительной (морской) экономической зоне Украины (азово-черноморском бассейне); в исключительных (морских) экономических зонах других государств и открытой части Мирового океана [4]. Для характеристики производства продукции аквакультуры с большой долей условности принят вылов рыбы во внутренних водоемах. Справедливости ради следует отметить, что выявленная тенденция абсолютно соответствует неутешительному положению дел в отечественном рыбоводстве [5, 6]. В частности, заместитель директора Института биологии южных морей НАН Украины А. Р. Болтачев диагностировал состояние отечественной аквакультуры как «стабильно тяжелое» [7].

Линейный тренд вылова рыбы и добычи других водных ресурсов во внутренних водоемах Украины представлен уравнением $\hat{y} = 518842 - 2970,4 \cdot t$ при $F_{факт} = 16,7$, $F_{теор} = 4,4$; параболический тренд – $\hat{y} = 34740,6 - 2970,4 \cdot t + 467,6 \cdot t^2$ при $F_{факт} = 37,2$, $F_{теор} = 3,6$; экспоненциальный тренд – $\hat{y} = 47801,6 \cdot 0,956^t$ при $F_{факт} = 7,0$, $F_{теор} = 4,4$. Несмотря на то, что все три уравнения адекватно отражают тенденцию снижения объемов вылова рыбы во внутренних водоемах Украины, параболический тренд (рис. 2) наиболее точно воспроизводит происходящие в секторе аквакультуры процессы. Именно он наиболее объективно отражает затяжную стагнацию отечественного рыбоводства и наметившийся с 2005 г. разворот правой ветви параболы вверх пока не стоит рассматривать как изменение тенденции в положительную сторону.

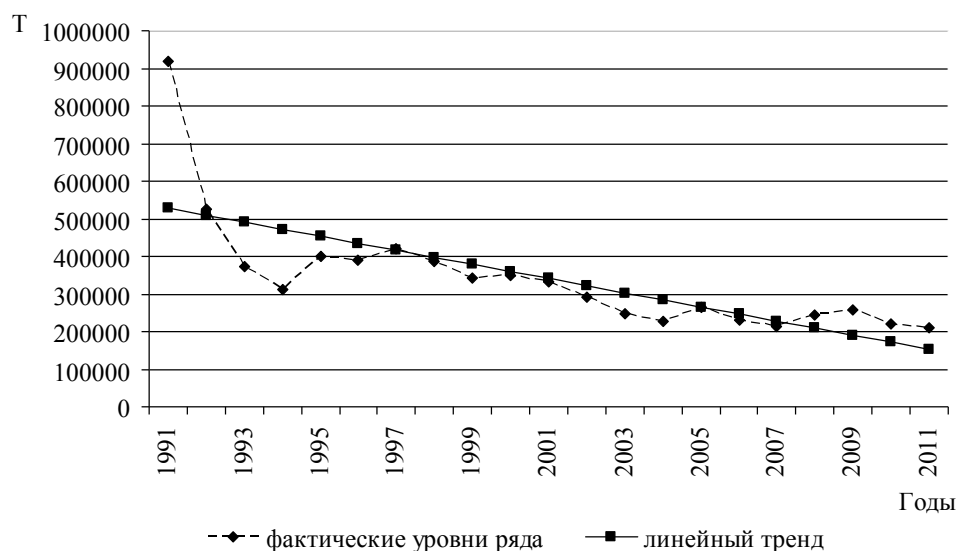


Рис. 1. Графическое изображение фактических и выровненных уровней вылова рыбы и добычи других водных ресурсов в рамках рыбного хозяйства Украины за 1991-2011 гг., всего

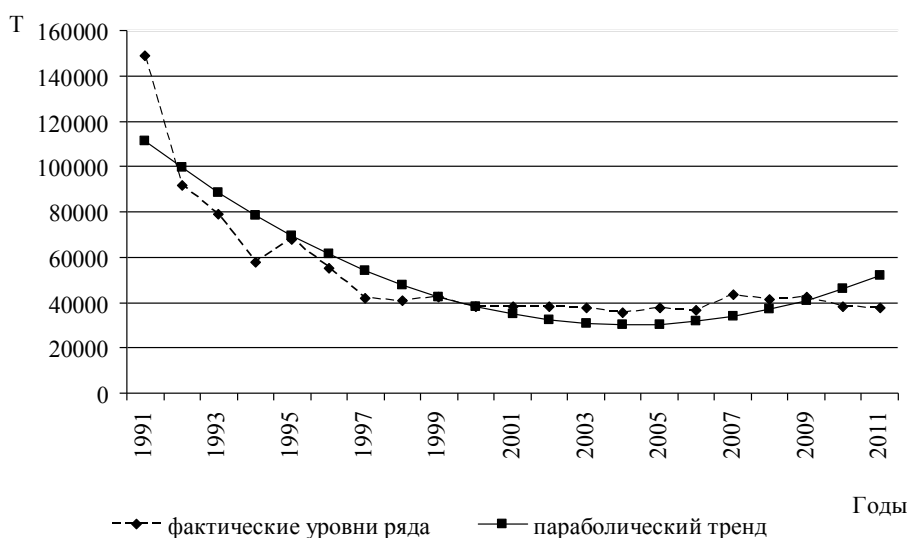


Рис. 2. Графическое изображение фактических и выровненных уровней вылова рыбы и добычи других водных ресурсов во внутренних водах Украины за 1991-2011 гг.

Линейный тренд вылова рыбы и добычи других водных ресурсов в азово-черноморском бассейне представлен уравнением $\hat{y} = 52784,7 + 2106,6 \cdot t$ при $F_{факт} = 6,4$, $F_{теор} = 4,4$; параболический тренд – $\hat{y} = 58160,1 + 2106,6 \cdot t - 146,6 \cdot t^2$ при $F_{факт} = 3,6$, $F_{теор} = 3,6$; экспоненциальный тренд – $\hat{y} = 47792,4 \cdot 1,048^t$ при $F_{факт} = 8,7$, $F_{теор} = 4,4$. Наиболее адекватно фактическую тенденцию вылова рыбы Украиной в Азовском и Черном морях характеризует экспоненциальный тренд

(рис. 3), свидетельствующий о том, что ежегодно объем вылова рыбы в данном бассейне в среднем увеличивается на 4,8 %. Положительная тенденция роста объемов производства рыбодобывающих предприятий азово-черноморского бассейна показывает, что данный сектор рыбного хозяйства справляется с проблемами кризисной экономики Украины [8].

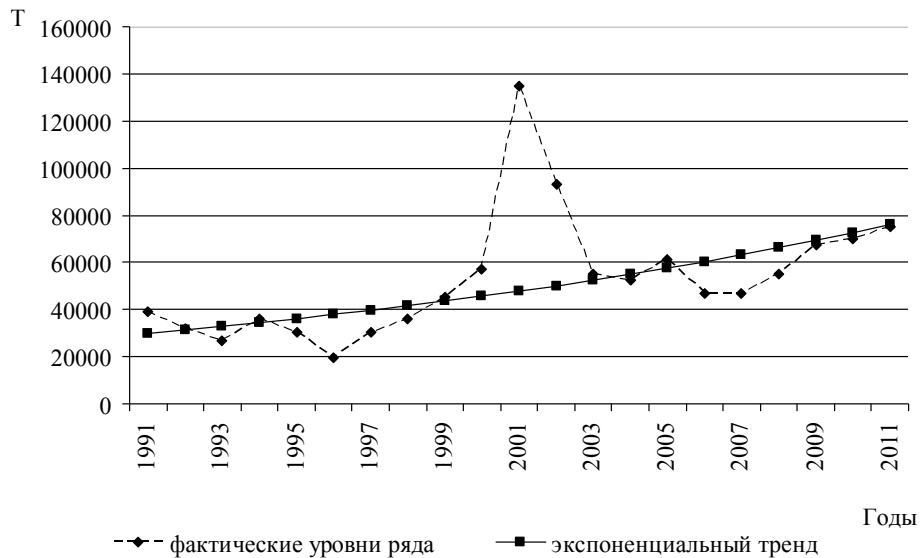


Рис. 3. Графическое изображение фактических и выровненных уровней вылова рыбы и добычи других водных ресурсов Украиной в ее исключительной (морской) экономической зоне за 1991-2011 гг.

Линейный тренд вылова рыбы и добычи других водных ресурсов в Мировом океане представлен уравнением $\hat{y} = 236058,5 - 17949,2 \cdot t$ при $F_{\text{факт}} = 30,0$, $F_{\text{теор}} = 4,4$; параболический тренд – $\hat{y} = 190009,9 - 17949,2 \cdot t + 1255,9 \cdot t^2$ при $F_{\text{факт}} = 20,9$, $F_{\text{теор}} = 3,6$; экспоненциальный тренд – $\hat{y} = 207442,0 \cdot 0,931^t$ при $F_{\text{факт}} = 18,1$, $F_{\text{теор}} = 4,4$. Все три тренда достаточно точно отражают тенденцию неуклонного падения объемов океанического вылова

рыбы и морепродуктов Украиной на протяжении 1991-2011 гг. Тем не менее, наиболее высокий уровень надежности имеет параметр b линейного тренда (рис. 3), свидетельствующий о ежегодном падении объемов вылова в среднем на 17949,2 т. Океаническое рыболовство Украины находится на грани исчезновения как отрасль национальной экономики [9, 10].

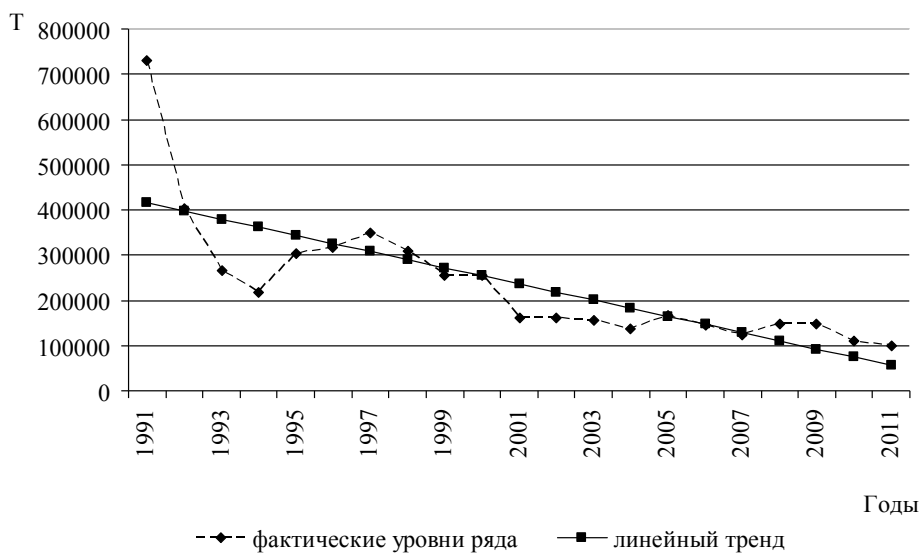


Рис. 4. Графическое изображение фактических и выровненных уровней вылова рыбы и добычи других водных ресурсов Украиной в исключительных (морских) экономических зонах других государств и открытой части Мирового океана за 1991-2011 гг.

Результаты экспресс-диагностики тенденций развития рыбного хозяйства Украины и его текущего состояния позволили выделить два проблемных направления рыбохозяйственной деятельности – рыбоводство, находящееся в критическом состоянии, и

океаническое рыболовство, давно вступившее в фазу катастрофы. Именно эти два сектора рыбного хозяйства Украины требуют реализации системы неотложных мер со стороны государства, направленных на их восстановление и развитие, учитывая социально-

економічну і стратегічну значимість рибного господарства, в том числі, як суб'єкта продовольственої безпеки в умовах грядущого світового продовольственого кризи.

Сучасні умови господарювання в Україні, характеризувані високою ступенем змінливості і непередбачуваності, не дозволяють розглядати

екстраполяцію як ефективний метод прогнозування і планування рибогосподарської діяльності, при цьому вона може представляти собою дійсний інструмент експрес-діагностики в системі управління рибним господарством як на рівні окремого підприємства, сектора, так і рибного господарства України в цілому.

Список літератури

1. Яркіна Н. М. Економіка підприємства: навчальний посібник / Н. М. Яркіна. – К. : Видавництво Ліра-К, 2012. – 497 с.
2. Яркіна Н. М. Статистика: навчальний посібник / Н. М. Яркіна. – К. : Університет «Україна», 2012. – 260 с.
3. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. Чинний від 01.01.2012 [Електронний ресурс]. – 2013. – Режим доступу: http://www.ubc.ua/Links/codes_ua2.html
4. Україна у цифрах 2011: статистичний збірник / [за ред. О. Г. Осауленка]. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 251 с.
5. Развитие аквакультуры в Украине: проблемы и задачи [Електронний ресурс]. – 2013. – Сельхозблог. – Название с титула экрана – Режим доступу: http://selhozblog.blogspot.ru/2012/12/blog-post_8260.html
6. Рыбные ресурсы Украины на грани катастрофы [Електронний ресурс]. – 2013. – AQUAFANAT – Название с титула экрана – Режим доступу: <http://www.aquafanat.com.ua/news-view-439.html>
7. Болтачев А. Р. Современное состояние промысловых ресурсов азово-черноморского бассейна [Електронний ресурс] / А. Р. Болтачев. – 2013. – Режим доступу: <http://repository.ibss.org.ua/dspace/bitstream/99011/1761/1/Boltachev.ppt>
8. Серобаба И. И. Современные условия использования морских живых ресурсов азово-черноморского бассейна [Електронний ресурс] / И. И. Серобаба, Л. К. Себах. – 2013. – Режим доступу: <http://www.eco-mir.net/show/535/>
9. Москвин А. М. Комплексный механизм управления предприятиями рыбного хозяйства Украины [Електронний ресурс] / А. М. Москвин. – 2013. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/ESPR_2006/Economics/12_moskvin%20a.m.doc.htm
10. Яркіна Н. Н. О механизме возрождения и развития океанического рыболовства Украины / Н. Н. Яркіна, А. М. Москвин // Рыбное хозяйство Украины. – 2010. – № 3. – С. 43-48.

РЕЗЮМЕ

Яркіна Наталія

Екстраполяція як засіб експрес-діагностики в управлінні підприємствами рибного господарства

У статті розглянуто екстраполятивний підхід до діагностування стану рибного господарства України. Виявлено сектори (аквакультура і океанічне рибальство), що потребують невідкладного втручання держави в їхнє відродження та розвиток. Запропоновано внести метод екстраполяції до системи моніторингу управління господарською діяльністю підприємств, секторів та рибного господарства України загалом.

RESUME

Yarkina Natalia

Extrapolation as a means of express-diagnostics in management of fishing industry enterprises

The extrapolative approach to the diagnostics of Ukrainian fishing industry condition is considered in this article. Such sectors as «aquaculture» and «ocean fishing» requiring urgent governmental interference into their revival and development are exposed. The method of extrapolation is offered to be included into the monitoring system of enterprises economic activity, sectors and Ukrainian fishing economy management on the whole.

Стаття надійшла до редакції 21.02.2013 р.

НЕОБХІДНІСТЬ, МЕТА ТА ПОСЛІДОВНІСТЬ ПЛАНУВАННЯ АВТОСАНАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Обґрунтовано необхідність та цілі планування автосанації підприємства, розроблено структуру її плану та надано характеристику наповнення кожного його розділу.

Ключові слова: автосанація, планування автосанації, криза, банкрутство.

Світова фінансова криза 2008 року виявила глибинні проблеми економік багатьох країн світу, у тому числі й України. На рівні господарюючих суб'єктів погіршення зовнішніх умов функціонування призвело до погіршення їх фінансових показників та зростання кількості банкрутств. Варто зауважити, що банкрутство значної кількості підприємств несе в собі загрозу розбалансування економіки регіону, держави, а також загострення соціальних проблем, тому в таких умовах важливого значення набуває механізм санації. Саме пріоритетність застосування санаційних заходів у системі банкрутства є запорукою відродження підприємств та створення передумов для їх подальшого розвитку [1, с. 392]. Ця точка зору знаходить підтримку як з боку науковців, так і практиків. У вітчизняній та зарубіжній науковій літературі досить широко репрезентовані теоретико-методологічні аспекти проведення та фінансування санації підприємства, зокрема в працях А. З. Бобилевої, М. І. Гізатулліна, В. В. Джуна, В. С. Кивачука, Л. О. Лігоненко, Б. М. Полякова, О. О. Терещенка та інших.

Водночас санаційні процедури на вітчизняних підприємствах, що перебувають у кризовому стані, використовуються дуже рідко (близько 1% від загальної кількості порушених справ про банкрутство), ефективність реалізації санації також низька [9, с. 24]. Відповідно, у переважній більшості випадків розвиток кризових явищ на підприємстві призводить до його ліквідації, і цей факт повинен змусити керівництво шукати шляхи попередження банкрутства та запобігання розвитку кризових явищ у діяльності господарюючого суб'єкта. Одним із таких шляхів є розробка та створення умов для реалізації плану автосанації, тобто самооздоровлення підприємства.

Актуальність проблеми автосанації підприємств та організацій значно зросла останнім часом, перш за все в США та країнах Європейського союзу, де громадяни незадоволені тим фактом, що у 2008-2009 роках значні суми бюджетних коштів спрямовувались на підтримку великих фінансових інституцій, діяльність яких значною мірою й спричинила фінансову кризу. Як відповідь на громадянське невдоволення, в жовтні 2011 року Радою з фінансової стабільності були затверджені, а в листопаді того ж року на Саміті лідерів країн «великої двадцятки» схвалені «Ключові атрибути ефективних режимів урегулювання неспроможності фінансових інститутів» [10]. Цей документ рекомендує

країнам упроваджувати постійний процес планування самооздоровлення і урегулювання неспроможності фінансових інститутів, що поширюватимуться, як мінімум, на зареєстровані в країні фірми, які можуть мати системне значення чи бути критично важливими у випадку їх банкрутства. Саме цим документом у загальних рисах визначається зміст та орієнтовне наповнення планів самооздоровлення підприємств та організацій.

Якщо складання планів автосанації рекомендується тільки для фірм, що мають системне значення для функціонування економіки країни, то для усіх інших господарюючих суб'єктів це є питанням їх внутрішньої політики. Підприємства, які не мають системного значення для економіки країни, володіють мізерними шансами отримати державну підтримку в кризовій ситуації (на відміну від системних інституцій, банкрутство яких держава в більшості випадків не може дозволити), тому складання планів автосанації для них набуває ще більшої ваги.

Попри актуальність планування автосанації підприємств та порушення окремих аспектів самооздоровлення питання в працях [1-5], ґрунтовні наукові опрацювання цього питання в Україні досі не здійснювалися.

Метою нашого дослідження є обґрунтування доцільності, визначення мети та послідовності планування автосанації підприємства. Відповідно до поставленої мети, основними завдання дослідження є визначення основних параметрів плану автосанації, формулювання цілей його розробки та реалізації, обґрунтування місця вказаного плану в системі управління і стратегічного планування на підприємстві, розробка структури плану автосанації та надання ґрунтовної характеристики наповнення кожного його розділу.

Для будь-якого господарюючого суб'єкта, що функціонує в перманентно змінюваних умовах ринкового середовища, важливо в кожен момент часу бути готовим до імовірних загроз його діяльності. Тому мета плану автосанації полягає в завчасній розробці заходів щодо відновлення фінансової стійкості та підтримання безперервності здійснення функцій підприємства в разі суттєвого погіршення його фінансового стану. Відповідно, такий план покликаний заздалегідь визначити набір варіантів та інструментів для дій у різних кризових ситуаціях. Планування

автосанації дозволяє оцінити здатність підприємства протистояти кризовим ситуаціям, підтримувати безперервність здійснення функцій за рахунок можливостей, не пов'язаних із залученням коштів потенційних санаторів, у тому числі й держави.

Слід зазначити, що план автосанації розробляється в межах реалізації процесів управління і стратегічного планування підприємства, планування його ліквідності та платоспроможності. При цьому слід забезпечити відповідний організаційний механізм виконання вказаного плану, щоб у разі потреби він міг бути реалізований підприємством і був інтегрований у процес управління ризиками.

Головними умовами ефективного планування автосанації підприємства є:

- визначення ключових параметрів плану автосанації підприємства з урахуванням його розміру, рівня стійкості, взаємозв'язку і взаємозалежності з іншими учасниками ринку;
- визначення набору індикаторів (кількісних і якісних показників, подій чи умов), при яких починається реалізація різних варіантів заходів плану автосанації;
- розуміння керівництвом важливості плану автосанації і відповідальності за його розробку;
- розподіл повноважень між органами управління щодо контролю за змістом та актуальністю плану автосанації, своєчасного прийняття рішень про початок і завершення його реалізації;
- побудова інформаційної системи, яка б оперативно генерувала інформацію і сигнали, необхідні для процесу планування та початку реалізації самооздоровлення;
- організаційне забезпечення регулярного моніторингу сигналів раннього попередження та індикаторів, виконання яких вимагає реалізації плану автосанації;
- внесення до плану автосанації заходів щодо зниження рівня ризиків чи зміни їх профілю, а також радикальні варіанти дій, наприклад, такі, як продаж напрямків бізнесу чи реструктуризація зобов'язань;
- наявність надійної та ефективної системи управління і достатніх ресурсів для підтримки процесу планування самооздоровлення;
- регулярна оцінка актуальності та реалізованості плану автосанації, періодичний його перегляд і оновлення, зокрема при істотних змінах зовнішніх та внутрішніх факторів, що впливають на діяльність підприємства.

Відповідно до визначених вище мети та основних умов ефективного планування самооздоровлення, ми пропонуємо структуру і зміст плану автосанації підприємства, розробленої з урахуванням зазначеної розробки Ради з фінансової стабільності [10], а також опублікованих Банком Росії методичних рекомендацій з розробки кредитними організаціями планів відновлення фінансової стійкості [11].

Так перший розділ повинен містити загальний короткий змістовний виклад основних стратегій автосанації і план дій з їх виконання.

У другому розділі доцільно подати опис організаційної структури, основних напрямів діяльності та підрозділів підприємства з обов'язковим наголошенням тих функціональних елементів, які беруть участь у реалізації заходів плану автосанації. У цьому розділі важливо встановити потенційні елементи або аспекти організаційної структури, взаємозв'язки і

взаємозалежності між структурними елементами підприємства, які в стресовій ситуації можуть бути перешкодою реалізації плану автосанації, і визначити способи виправлення ситуації або заходи, необхідні для усунення або мінімізації таких бар'єрів. Також необхідно визначити важливі для підприємства структурні підрозділи, які здійснюють особливо значущі функції та сприяють підтримці внутрішніх операційних процесів, тобто структурні підрозділи, порушення в діяльності яких можуть посилити дію імовірних кризових ситуацій чи навіть генерувати нові загрози. Доцільно описати схему зв'язків таких структурних підрозділів з основними напрямками діяльності, стратегію та визначити можливі заходи щодо підтримання функціонування таких підрозділів у кризових ситуаціях.

Рекомендується детально описати основні напрямки діяльності, схему зв'язків між ними та належними до них значущими активами і зобов'язаннями, особливості структури фінансування і розміщення грошових коштів, визначити співробітників підприємства, уповноважених управляти основними напрямками діяльності, а також надати посилання на внутрішні документи підприємства, які регулюють ці питання, описати операційні та інформаційні системи, які будуть задіяні при реалізації плану автосанації. Також при розробці останнього рекомендується провести оцінку системних наслідків можливого припинення діяльності підприємства для економіки міста, регіону, держави.

Третій розділ плану автосанації повинен містити стратегію оздоровлення підприємства. Перш за все, у цьому розділі варто визначити і описати припущення і кризові сценарії, які закладаються в основу плану автосанації, причому зазначені припущення повинні бути досить жорсткими. Рекомендується розглядати як кризові сценарії на рівні підприємства, що відображають потенційні ризики, з якими стикається фірма в операційній діяльності, так і загальногалузеві та імовірні кризові ситуації на кількох значущих для підприємства сегментах ринку. При цьому важливо брати до уваги можливу синхронізацію за часом однакових кризових ситуацій, що може суттєво посилити їх негативну дію на діяльність підприємства.

Також у цьому розділі плану автосанації рекомендується описати основні стратегії оздоровлення при різних припущеннях і кризових сценаріях, визначити ключові дії щодо забезпечення безперервності виконання та фінансування основних функцій підприємства. Важливо визначити перелік конкретних заходів, їх послідовність чи поєднання на різних етапах реалізації плану автосанації, часові рамки, які вимагаються для їх виконання та оцінити прогнозовані результати від їх застосування.

Варто зауважити, що у процесі стратегічного планування підприємства передбачаються джерела підтримки ліквідності та платоспроможності в межах різних варіантів розвитку бізнесу і за результатами проведеного аналізу прогнозують потребу в додаткових джерелах капіталу і ліквідності. Водночас план автосанації вимагає від підприємств планувати варіанти оздоровлення в умовах, більш жорстких порівняно з передбаченими такими сценаріями, коли результатом кризової ситуації може бути банкрутство підприємства. Такі варіанти можуть містити:

- продаж частини бізнесу або активів;
- зміну структури підприємства;
- залучення стратегічного інвестора для придбання частки у капіталі.

Для найбільш жорстких кризових сценаріїв плану автосанації очевидно, що суб'єкту господарювання буде потрібно розглянути варіанти радикального вибору, які передбачають зміну напрямків, структури та обсягів діяльності. Оскільки оцінити вартість таких варіантів може виявитися досить складно, то підприємству рекомендується подати орієнтовні оцінки. Визначення цих варіантів і способів їх реалізації становить важливу частину планів автосанації, особливо для великих підприємств. При визначенні варіантів продажу частини бізнесу або активів слід звернути особливу увагу на підтримання довгострокової фінансової життєздатності підприємства після здійснення угоди.

Таким чином, при складанні третього розділу плану автосанації підприємства важливо виявити кризові ситуації, при яких виконання окремих функцій може опинитися під загрозою і визначити послідовність можливих дій на кожній стадії розвитку кризи. Доцільно описати послідовність і поєднання необхідних кроків, що дозволяють забезпечити операційну стабільність підприємства аж до зміни його структури в разі реалізації кризової ситуації. У межах цього розділу також рекомендується оцінити:

- ринкову привабливість окремих напрямків діяльності, структурних підрозділів підприємства, які можуть підлягати відокремленню та продажу при реалізації сценаріїв автосанації, а також вплив такого від'єднання на структуру підприємства та його життєздатність;
- ефективність і потенційні ризики кожного істотного аспекту дій з автосанації, разом з потенційним впливом на персонал, кредиторів, контрагентів;
- послідовність і реальні терміни, які будуть потрібні для виконання кожного значущого аспекту плану автосанації.

Вкрай важливо також оцінити потенційні перешкоди ефективного, своєчасного і успішного застосування різних стратегій автосанації.

Ключовим компонентом структури плану автосанації, що міститиметься в його четвертому розділі, є визначення та опис порядку, в якому підприємство буде здійснювати дії, передбачені планом автосанації, разом з докладним описом процесу ухвалення рішення про початок самооздоровлення. Підприємство повинно розробити індикатори, які описуватимуть необхідні і достатні умови для застосування заходів з самооздоровлення. Такими індикаторами повинні бути кількісні та якісні показники, що забезпечують настільки ранній початок реалізації екстрених заходів, наскільки потрібно для мінімізації витрат і нейтралізації можливого негативного впливу застосовуваних заходів на підприємство та його контрагентів. При цьому слід враховувати, що заходи з автосанації повинні застосовуватися до появи підстав для порушення справи про банкрутство господарюючого суб'єкта відповідно до нової редакції Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [12]. Саме наявність чітких індикаторів, які сигналізують про виникнення проблем на ранній стадії, є необхідним для надання своєчасної підтримки і прийняття необхідних заходів виконавчими органами підприємства.

Основними вимогами до індикаторів для реалізації плану автосанації можуть бути наступні:

- вони повинні мати як якісні, так і кількісні характеристики, разом із критеріями їх виникнення;

- індикатори та їх характеристики повинні переглядатися на регулярній основі (наприклад, один раз на рік);

- повинні бути в наявності інструменти та можливості для ефективного моніторингу і контролю індикаторів, а також доведення до органів управління підприємства інформації про результати моніторингу та контролю з метою попередження неадекватних затримок своєчасної реалізації планів автосанації;

- індикатори повинні бути ефективними щодо різноманітних стресових ситуацій, пов'язаних як зі специфічними проблемами підприємства, так і з проблемами, характерними для ринку загалом.

З метою унеможливлення тимчасових затримок, що призводять до ситуації, коли кількісні індикатори вказують на вже реалізовану кризову ситуацію на підприємстві, рекомендується використання при встановленні кількісних індикаторів елементів прогнозу (наприклад, прогноз за нормативами ліквідності, платоспроможності, достатності власних коштів та ін.).

На додаток до індикаторів, які вимагають реалізації плану автосанації, підприємство може також розробити окрему групу індикаторів, які працюватимуть як сигнали раннього попередження. Такі сигнали повинні служити поштовхом для обговорення доцільності застосування превентивних дій, що призупиняють погіршення ситуації, або перегляду підприємством варіантів плану автосанації.

У заключному п'ятому розділі плану автосанації з метою ефективності та своєчасності застосування оздоровчих заходів рекомендується описати підготовчі заходи, необхідні для того, щоб усі задіяні в плані процеси, структури, системи, напрями діяльності продовжували безвідмовно функціонувати в ході здійснення відповідних санаційних заходів (наприклад, функціонування внутрішніх операційних та управлінських процесів, інформаційних систем та ін.). Також рекомендується визначити осіб, відповідальних за здійснення підготовчих заходів, уведення в дію плану автосанації і безпосередню реалізацію заходів із самооздоровлення. Важливо описати розподіл функцій і повноважень у процесі прийняття рішення про початок реалізації плану автосанації, при виборі найбільш прийнятних з точки зору витратності й ризиків заходів із відновлення фінансової стійкості та реалізації різних стратегій плану автосанації, а також розробити чітку схему взаємодії різних ланок, залучених до процесу самооздоровлення.

Підсумовуючи викладене вище, зазначимо, що план автосанації визначає параметри участі акціонерів і кредиторів у подоланні проблем підприємства. Важливо, щоб такий план узгоджувався із стратегією розвитку підприємства, був вбудований у загальний процес управління, відображав реальну організацію бізнесу і враховував результати перспективного аналізу можливих кризових сценаріїв розвитку суб'єкта господарювання. План автосанації будується за варіантами, що дозволяють діяти в різних кризових ситуаціях, і містить умови, при наявності яких розпочинатиметься їх реалізація. При цьому імовірні кризові ситуації повинні враховувати специфічні ризики підприємства та ризики, що впливають на галузь діяльності підприємства, а також їх поєднання.

Авторами розроблена структура плану автосанації, що містить п'ять розділів:

-
- короткий виклад основних стратегій автосанації і план дій з їх виконання;
 - опис організаційної структури, напрямів діяльності та підрозділів підприємства з виокремленням тих, які беруть участь у реалізації плану автосанації;
 - детальний опис стратегій автосанації підприємства;
 - індикатори та опис порядку реалізації плану автосанації;
 - підготовчі заходи з реалізації плану автосанації. Керівництву рекомендується так організувати процес розробки плану автосанації, щоб забезпечити його регулярне щорічне оновлення і затвердження.

Список літератури

1. Яцюк О. С. Розробка та реалізація плану фінансової санації підприємства / О. С. Яцюк // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економіка. Збірник наукових праць. Випуск 4 (36). – Рівне: НУВГП, 2006. – С. 392-399.
2. Терещенко О. О. Антикризисное фінансове управління на підприємстві: монографія / О. О. Терещенко. – К.: КНЕУ, 2004. – 268 с.
3. Лігоненко Л. О. Антикризисное управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій / Л. О. Лігоненко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 580 с.
4. Джунь В. В. Інститут неспроможності: світовий досвід розвитку і особливості становлення в Україні. Монографія / В. В. Джунь. – Львів: Інститут технологій бізнесу і права, 2000. – 180 с.
5. Поляков Б. М. Право несостоятельности (банкротства) в Украине / Б. М. Поляков. – К.: Концерн "Видавничий дім "Ін Юре", 2003. – 440 с.
6. Бобылева А. З. Финансовое оздоровление фирмы: теория и практика: учеб. пособие / А. З. Бобылева. – М.: Дело, 2003. – 256 с.
7. Гизатуллин М. И. Как избежать банкротства. Рецепты финансового оздоровления / М. И. Гизатуллин. – М.: ЗАО "ГроссМедиа Ферлаг", 2004. – 304 с.
8. Кивачук В. С. Оздоровление предприятия: экономический анализ / В. С. Кивачук. – М.: Изд.-во деловой и уч. лит.; Мн.: Амалфея, 2002. – 384 с.
9. Яцюк О. С. Визначення та обґрунтування етапів вибору джерел фінансування санаційних заходів / О. С. Яцюк // Економіка: проблеми теорії і практики. Збірник наукових праць. Випуск 265: В 9 т. Том ІХ. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – С. 2427-2433. – 0,40 др. арк.
10. Key Attributes of Effective Resolution Regimes for Financial Institutions [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт Financial Stability Board. – Режим доступу: http://www.financialstabilityboard.org/publications/r_111104cc.pdf
11. Письмо Банка России "О Методических рекомендациях по разработке кредитными организациями планов восстановления финансовой устойчивости" от 29.12.2012 г. № 193-Т [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт довідково-правової системи "Право.ru". – Режим доступу: <http://docs.pravo.ru/document/view/29668488/30368136/>
12. Закон України "Про внесення змін до Закону України "Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом" від 22.12.2011 р. № 4212-VI // Відомості Верховної Ради. – 2012. – № 32-33. – ст. 413.

РЕЗЮМЕ

Яцюк Олег, Твердохлиб Ирина

Необходимость, цель и последовательность планирования автосанации предприятия

Обоснована необходимость и цели планирования автосанации предприятия, разработана структура ее плана и дана характеристика наполнения каждого его раздела.

RESUME

Yatsyuk Oleg, Tverdochlib Iryna

Necessity, purpose and order of planning of the enterprise autosanation

The necessity and purpose of planning of the enterprise autosanation are defined. The plan of autosanation is determined and also the characteristics of each its section is given in the article.

Стаття надійшла до редакції 02.03.2013 р.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

УДК 657.42

Алла БУГАРА

здобувач,

Південна філія Національного університету біоресурсів і природокористування України
«Кримський агротехнологічний університет»

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ СОБІВАРТОСТІ ВИНОРОБНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У дослідженні розглядаються проблеми розвитку галузей, які утворюють дохідну частину бюджету, у тому числі виноробства. Втрачену галузеву функцію наповнювача бюджету АР Крим та України можна відновити за допомогою активної орієнтації виноробного комплексу на державні інтереси. У статті удосконалено систему оцінки витрат і калькулювання собівартості продукції шляхом узагальнення та систематизації технологічних особливостей виноробного виробництва.

Ключові слова: оцінка, собівартість, виробництво, виноробство, ринок, калькуляція, виноград, вино.

У процесі формування ринкових відносин в Україні виникло багато проблем, які, попри позитивну тенденцію в розвитку економіки, ще не можна вважати вирішеними. Однією з таких проблем є розвиток галузей, які утворюють дохідну частину бюджету, у тому числі виноробства. Втрачену галузеву функцію наповнювача бюджету АР Крим та України можна відновити за допомогою активної орієнтації виноробного комплексу на державні інтереси. Для ефективного розвитку галузі необхідно мати адекватний ринковим відносинам процес надання інформації, що слугуватиме базою для прийняття управлінських рішень і оцінки як поточної діяльності, так і напрямів стратегічного розвитку виноробства.

Методичним підходам щодо оцінки витрат і розрахункам собівартості відводиться ключова роль у прийнятті управлінських рішень на підприємстві. Проблема калькулювання собівартості та обліку витрат розглянута в працях І. Басманова, П. Безруких, М. Білухи, Ф. Бутинця, С. Голова, І. Житної, Ю. Кузьмінського, В. Линника, Є. Мниха, Я. Соколова, В. Сопка, М. Чумаченка.

Але багато принципово важливих теоретичних положень, пов'язаних з оцінкою витрат і калькулюванням собівартості, залишаються дискусійними. Наявні методичні розробки побудовані на уніфікованій основі й не відображають галузевих особливостей, зокрема, виноробства. Усі ці питання вимагають вивчення й вирішення.

Метою статті є вдосконалення оцінки витрат і калькулювання собівартості продукції шляхом узагальнення та систематизації технологічних особливостей виноробства.

Сучасна ситуація в Україні характеризується багатьма економічними труднощами в розвитку промислового виробництва. Для виноробних підприємств їх подолання вимагає певних адаптаційних змін, спрямованих на поліпшення виробничої структури, упровадження нових технологій, удосконалення управління.

Однак за наявності передумов розвитку виноробства в АР Крим існують проблеми, що властиві цій галузі.

Найбільш значними є, як показали результати анкетного обстеження, незадовільний стан виробничо-технічної бази виноробства, відсутність стабільного нормативно-правового забезпечення для розвитку виноградарства та виноробства, недостатність і низька якість виноматеріалів і труднощі збуту продукції.

До основних заходів щодо розвитку виноробних підприємств можна зарахувати: стабілізацію нормативно-правової бази, яка регулює розвиток виноградарства й виноробства в Україні; об'єднання розрізаних виробничих підприємств у виноробні комплекси для плідної взаємодії підприємств первинного та вторинного виноробства; уведення пільг з оподаткування виноробних підприємств з умовою використання наданих пільг для покриття потреби в інвестиціях у розвиток виноградарства та виноробства.

У процесі дослідження оцінки витрат на виноробних підприємствах нами виявлено основні недоліки, які призводять до істотних відхилень від вимог національних стандартів. Насамперед це стосується оцінки витрат на підготовку виноробного підприємства до сезону прийому виноматеріалів нового врожаю.

У процесі реформування підприємства виноробства зустрілися з багатьма труднощами при відображенні господарських операцій. Зокрема, дані анкетного обстеження свідчать, що на момент переходу на національні стандарти залишки незавершеного виробництва (виноматеріали на витримці) та готової продукції (пляшкового вина), позначені в балансі підприємств, були механічно перенесені.

Деякі особливості оцінки витрат виноробних підприємств пов'язані зі специфікою виробництва вин. Результати показують, що застосування безперервного способу виготовлення марочного вина дозволяє інтенсивно розширювати обсяги його виробництва, отже, темпи нарощування обсягів готового вина перевищують збільшення його собівартості. Це сприятливо позначається на величині загальних витрат виробництва винопродукції.

До того ж прискорене виготовлення вина дозволяє почати процес реалізації раніше, а отже й одержати підприємству прибуток від цієї операції. Специфічною

особливістю виробничого циклу у виноробстві є багаторічна витримка вин (2-5 років для марочних, 7 і більше – для колекційних). У зв'язку з цим витрати, що включаються до складу собівартості за їх фактичною величиною, стають необ'єктивними. Зазначена проблема виникає з таких причин: наявність втрат вина при зберіганні та витримці; наявність втрат вина при переливанні; закладка пляшкового вина на колекційне зберігання на тривалий час.

У практиці господарювання суб'єктів виноробства зустрічаються ситуації, коли підприємство здійснює обмін виробленої винопродукції на інші активи, необхідні для його діяльності. У таких ситуаціях для коректного відображення вартості придбаного активу і правильного списання його на собівартість виробленої продукції використовується категорія справедливої вартості.

Вдосконалення методики оцінки та визначення ознак подібності обмінюваних виноматеріалів і вина є основними проблемними питаннями при виникненні зазначених ситуацій у виноробстві.

Калькулювання собівартості є найважливішою ділянкою роботи виноробного підприємства. Однак існують проблемні питання, що стосуються порядку оцінки витрат виробництва в ринкових умовах. Одним з таких питань є склад витрат, які вносять у собівартість продукції. У сучасних умовах господарювання собівартість за своїм складом не відображає повною мірою рівень фактичних витрат на виробництво як усієї випущеної продукції, так і окремих її видів.

Для виноробної промисловості можна рекомендувати статті калькуляції, за якими доцільно здійснювати планування і калькулювання собівартості продукції: виноматеріали; допоміжні матеріали; зворотні відходи (віднімаються); транспортно-заготівельні витрати; паливо на технологічні цілі; енергія на технологічні цілі; основна заробітна плата робітників; додаткова заробітна плата робітників; відрахування на соціальні заходи; витрати на підготовку виноробного підприємства до сезону прийому виноматеріалів нового врожаю; загальновиробничі витрати; витрати, пов'язані із тривалістю виробничого циклу; супутня продукція (віднімається); інші виробничі витрати.

Прийняття такої калькуляції як типової дозволить повною мірою використати її як методологічну основу для розробки міжгалузевих інструкцій про порядок планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг). За допомогою такої калькуляції стає можливим вирішити завдання оцінки витрат майбутніх періодів, інформаційну проблему ціноутворення на вироблену продукцію та розраховувати показники ефективності діяльності виноробного підприємства.

Досвід ведення оцінки на виноробних підприємствах показує, що об'єднання виробничих витрат основного виноробного виробництва, допоміжних виробництв і обслуговуючих господарств на загальному рахунку є необґрунтованим. Поєднання витрат основного та допоміжного виробництв з оцінкою витрат, пов'язаних з соціально-побутовим обслуговуванням працівників підприємства, значно ускладнює здійснення контролюючих функцій оцінки та проведення економічного аналізу.

Великі та середні виноробні підприємства у своїй структурі мають велику кількість цехів допоміжного виробництва, кожний з яких виробляє широку

номенклатуру продукції (робіт, послуг): внутрішньозаводський транспорт, ремонтно-механічний, ремонтно-будівельний, паросиловий, енергетичний, бондарський та інші цехи.

Витрати допоміжних цехів у собівартості продукції основного виноробного виробництва сягають 25% від загальних витрат. Аналітична оцінка виноробних витрат допоміжних виробництв і особлива калькуляція собівартості робіт, послуг (номенклатура статті, порядок розрахунку) мають значні відмінності від цехів основного виробництва.

Зростання собівартості на виноробну продукцію в основному зумовлено збільшенням цін на сировину та енергоресурси. Причому частка основної сировини знижується, а частка допоміжних матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів і заробітної плати зростає. На підвищення собівартості значно впливає і зростання загальновиробничих витрат за рахунок збільшення непродуктивних витрат.

Підходи щодо розподілу непрямих витрат досить повно відображають їхню економічну сутність і роль у складі собівартості продукції. Однак існують окремі питання, які дотепер залишаються неврегульованими. Наприклад, при розподілі загальновиробничих витрат з'являються зайво розподілені або нерозподілені витрати.

Зайво розподілені постійні загальновиробничі витрати в сучасній економічній практиці не враховуються. У цьому випадку величина собівартості не є об'єктивною. У зв'язку з цим є необхідність коригування порядку оцінки таких витрат.

Для відображення нерозподілених загальновиробничих витрат нами пропонується застосовувати спеціальні рахунки, на яких протягом року враховувати ці витрати. Наприкінці року, якщо сума нерозподілених або зайво розподілених постійних загальновиробничих витрат незначна, її можна списувати на собівартість реалізованої продукції. Якщо ж різниця між розподіленою і фактичною сумою постійних загальновиробничих витрат суттєва, то її рекомендується розподіляти між незавершеним виробництвом та готовою продукцією пропорційно до сальдо цих рахунків.

Основним напрямом зниження собівартості виноробної продукції є вдосконалення механізму державного регулювання. Особливу увагу слід звернути на державне регулювання щодо фінансово-кредитної підтримки виноробних підприємств; проведення дотування виробництва, індексування гарантованих та заставних цін, з урахуванням інфляційних процесів в економіці; забезпечення захисту вітчизняних виноробних підприємств від конкуренції з боку закордонних ринків; розвитку ринкової інфраструктури та проведення заходів по демобілізації в аграрній сфері.

Найбільшого ефекту в стабілізації виноробного виробництва і його фінансовому оздоровленні можна буде досягти при комплексному здійсненні всіх указаних заходів. Нами підкреслюється, що в останні роки єдиним джерелом державного фінансування виноробних підприємств є збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства. Тому вважаємо за доцільне підвищити ставку збору.

Виноробні підприємства практично не можуть скористатися прямими інвестиціями, особливо іноземними. Тому іноземні інвестиції повинні мати цільове призначення і бути спрямовані на конкретні проекти, які мають значний економічний ефект. У

виноробному підкомплексі потребує вдосконалення також і чинна система ціноутворення. В умовах ринкового механізму господарювання планування є одним із важелів зниження собівартості виноробної продукції.

Висновки.

1. Показано проблемні питання в сучасній економіці виноробства Криму та запропоновано заходи щодо розвитку виноробства. У їх числі – стабілізація нормативно-правової бази, що регулює розвиток виноградарства та виноробства в Україні; об'єднання розрізаних виноробних підприємств у виробничі комплекси для забезпечення плідної взаємодії радгоспів і заводів; поліпшення забезпечення обіговими коштами; збільшення кількості кваліфікованих; уведення пільг з оподаткування із умовою використання сум, що вивільняються, для покриття потреби в інвестиціях у розвиток виноградарства та виноробства; вивчення та прогнозування попиту на кримську виноробну продукцію в Україні та за її межами.

2. Доведено необхідність удосконалення оцінки та відображення у фінансовій звітності специфічних для виноробства видів витрат. Уточнено організаційні та технологічні особливості виноробства, які впливають на побудову системи оцінки витрат і калькулювання собівартості винопродукції.

3. Уточнено організаційні та технологічні особливості виноробства, які впливають на побудову системи обліку витрат і калькулювання собівартості винопродукції. Виявлено проблемні питання щодо оцінки витрат підприємств виноробної промисловості, пов'язані із специфікою виробництва вин. Тривалий виробничий цикл виготовлення вина веде до того, що виноматеріали можуть перебувати у стані різного

ступеня витриманості та готовності.

4. Визначено чинники, що впливають на величину втрат вина й уточнено причини, за якими у ході виробничого процесу виробництва марочних вин відбувається збільшення собівартості готового вина та зниження вірогідності витрат, що належать до складу собівартості за їх фактичною величиною.

5. Доведено доцільність застосування способу визначення подібності активів при здійсненні товарообмінних операцій, виходячи з однакового функціонального призначення відвантаженої й отриманої продукції саме для конкретного виноробного підприємства.

6. Встановлено, що собівартість винопродукції за своїм складом економічно не обґрунтована і не відображає повною мірою рівень фактичних витрат на виробництво як усієї випущеної продукції, так і окремих її видів. Запропоновано статті калькуляції, що враховують галузеві особливості виноробства і за якими доцільно здійснювати планування, облік та калькулювання собівартості продукції виноробства. Розроблено матричну модель відповідності статей калькуляції елементам витрат у виноробстві, що забезпечить однотипність в організації планової й облікової роботи і сприятиме вирішенню інформаційної проблеми ціноутворення на винопродукцію.

7. Обґрунтовано необхідність коригування вартості залишків виноматеріалів на багаторічній витримці та приведення до зіставного рівня витрат на оплату праці. Запропоновано метод приведення витрат на витримку та витрат на оплату праці до зіставного рівня; кореспонденцію рахунків з коригування собівартості винопродукції багаторічної витримки.

Список літератури

1. Короткова О. В. *Щодо сутності конкурентоспроможності та необхідності її підвищення в сучасних умовах* / О. В. Короткова // *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного ун-ту. Серія: Економічні науки.* – 2008. – Вип.19. – ч.2. – С. 280-283.
2. Малюкіна Н. В. *Трансфертні ціни як фактор підвищення ефективності інтеграційних процесів у виноробстві* / Н. В. Малюкіна // *Агро-Світ.* – 2010. – №19. – С. 58-63.
3. Прохорчук С. В. *Перспективи розвитку виноградарства і виноробства України в умовах економічної кризи* / С. В. Прохорчук // *Бізнес – навігатор: науково-виробничий журнал.* – 2010. – № 18. – С. 42-47.
4. Тарасюк А. В. *Механізм розробки плану підвищення прибутковості підприємств виноградарсько-виноробного під комплексу* / А. В. Тарасюк // *Вісник Технологічного університету Поділля.* – 2004. – № 1. – С. 197-200.

РЕЗЮМЕ

Бугара Алла

Методические подходы к оценке себестоимости винодельческой продукции

В исследовании рассматриваются проблемы развития отраслей, которые образуют доходную часть бюджета, в том числе виноделие. Утраченную отраслевую функцию наполнителя бюджета АР Крым и Украины можно восстановить с помощью активной ориентации винодельческого комплекса на государственные интересы. В статье совершенствуется система оценки расходов и калькулирования себестоимости продукции путем обобщения и систематизации технологических особенностей винодельческого производства.

RESUME

Bugara Alla

The methodical approaches to estimation of the cost price of wine production

One of problems that are analysed in the article is the development of branches which form a profitable part of the budget, including winemaking. The lost branch function of budget of the Crimea can be restored with the help of active orientation of wine production complex on the state interests. The system of estimation of charges of cost prices of production by generalization and ordering of technological features of wine manufactures is improved.

Стаття надійшла до редакції 16.02.2013 р.

ФОРМУВАННЯ ЦІЛІСНОЇ ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті розкрито сутність обліково-аналітичного забезпечення та обліково-аналітичної системи, визначено структуру та функції, проаналізовано аспекти формування її цілісності.

Ключові слова: обліково-аналітичне забезпечення, система, обліково-аналітична система, управління, суб'єкт господарювання.

Успішне функціонування суб'єктів господарювання потребує підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності на основі вдосконалення управління виробництвом, створення конкурентоздатної продукції та залучення інвестицій. Реалізацію таких завдань може забезпечити якісна інформація, яка є основою прийняття управлінських рішень.

Саме це викликає необхідність у створенні інформаційної системи, яка здатна задовольнити запити зацікавлених користувачів необхідними даними для обґрунтування та прийняття стратегічних, тактичних і оперативних рішень.

Конкурентні переваги від використання якісної обліково-аналітичної інформації знаходять свій вияв у сприянні прийняття найбільш ефективних управлінських рішень, що призводить надалі до зростання прибутковості підприємств та отримання більших економічних вигод користувачами звітності.

У науковій літературі існують різні погляди відносно цілей і завдань, точок дотику, часового вектору, форм і складу вихідної інформації складових обліково-аналітичної системи суб'єкта господарювання. Тому виникає об'єктивна необхідність встановити межі їх інформаційного простору, можливість їх взаємодії з метою комплексного забезпечення інформаційних потреб при зміні облікової парадигми, що орієнтується на задоволення потреб споживачів звітності.

За цих умов постає необхідність розробки нової концепції формування обліково-аналітичної системи, яка відповідає потребам зовнішніх та внутрішніх користувачів.

Дослідженню проблем формування обліково-аналітичної системи, а також вирішенню питань обліково-аналітичного забезпечення управління суб'єктами господарювання присвятили свої праці такі вітчизняні вчені, як: Білуха М. Т., Бутинець Ф. Ф., Бондар М. І., Голов С. Ф., Гуцайлюк З. В., Загородній А. П., Камінська Т. Г., Кірейцев Г. Г., Кузьмінський А. М., Кужельний М. В., Кузнецова С. А., Пушкар М. С., Чумаченко М. Г. та інші.

Значний внесок у вирішення проблем функціонування та організації системи обліково-аналітичного забезпечення управління зробили зарубіжні вчені, зокрема Аткинсон Е. А., Ван Бреда М. Ф., Галузіна М. С., Вахрушина М. О., Кузьміна М. С., Никандрова Л. В., Попова Л. В., Удалова З. В.,

Хендріксен Е. С., Хорнгрен Ч., Фостер Дж.

Не зменшуючи значення вагомих внесків вітчизняних та зарубіжних вчених у розвиток формування концепції обліково-аналітичної системи, зазначимо, що проблеми створення цілісної (інтегрованої) обліково-аналітичної системи потребують подальшого дослідження.

Метою статті є вивчення методологічних аспектів формування цілісної обліково-аналітичної системи задля підвищення ефективності використання її інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Обліково-аналітична система посідає одне з провідних місць у системі економічної інформації. Інформаційна система управління об'єднує низку підсистем, які генерують інформацію про діяльність підприємства, придатну для прийняття управлінських рішень. До цієї системи належить система бухгалтерського обліку, інформації маркетингу, інформації постачання, інші інформаційні системи.

У межах обліково-аналітичної системи формується обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством.

Метою обліково-аналітичного забезпечення є формування та гарантування своєчасного постачання обліково-аналітичної інформації системам операційного, тактичного і стратегічного менеджменту.

Будь-яка інформація не може існувати відокремлено, сама по собі. Її збір, реєстрація, накопичення, обробка і узагальнення відбувається в межах певної системи, яка передбачає наявність трьох об'єктів:

- джерела інформації;
- споживача інформації;
- середовища, у якому передається ця інформація [6, с.18].

Облікова інформація формується на стадіях виявлення, вимірювання, реєстрації, накопичення та узагальнення. Її цінність та ефективність виявляється у зв'язку з терміном «аналітична інформація». При цьому аналітичну інформацію можна розуміти як частину облікової інформаційної сукупності, яка відповідає вимозі аналітичності, або як вид економічної інформації, отриманої з облікової інформації в результаті дій функцій управління: аналізу і синтезу [1, с. 24].

Обліково-аналітична інформація становить основу обліково-аналітичного забезпечення.

Обліково-аналітичне забезпечення – це процес, який

гарантує збір, обробку, передачу і аналіз обліково-аналітичної інформації, її необхідну кількість і якість з метою використання результатів для прийняття ефективних управлінських рішень.

Особливості формування обліково-аналітичного забезпечення визначається обраним у межах теорії управління підходом. На сьогодні виділяють чотири основних наукові підходи до управління:

- системний підхід (організація розглядається як цілісна система);
- ситуаційний підхід (діяльність організації планується залежно від значущості і зміни ситуаційних факторів);
- функціонально-орієнтований підхід (виробництво, персонал, система управління, маркетинг розглядаються як окремі складові організації);
- процесно-орієнтований підхід (на перший план вноситься розробка процесу або алгоритму управління організацією)

Формування обліково-аналітичного забезпечення управління суб'єктами господарювання передбачає врахування галузевих особливостей, які впливають на бізнес-процеси, що відбуваються на підприємстві. Саме процесно-орієнтований підхід дозволяє формувати відповідне поставленню меті та завданням обліково-аналітичне забезпечення управління підприємством. Ідентифікація бізнес-процесів дозволить визначити потреби в інформації про них, а також надасть можливість сформувати адекватну стратегію, що реалізується на підприємстві, систему контролю бізнес-процесів на основі їх обліку та аналізу [11, с. 8].

Процес формування обліково-аналітичного забезпечення містить виявлення, вимірювання, реєстрацію та накопичення первинної облікової інформації; узагальнення інформації шляхом формування звітності; контроль інформації; аналіз сформованої інформації. Якість і доцільність обліково-аналітичного забезпечення досягається в декілька етапів:

1) виявлення і аналіз потреб в обліково-аналітичній інформації з урахуванням особливостей діяльності суб'єктів господарювання;

2) визначення структури обліково-аналітичної системи, в межах якої формуються різні види обліку, аналізу і контролю;

3) визначення методичних, методологічних, організаційних і техніко-технологічних аспектів функціонування обліково-аналітичної системи.

Перший етап передбачає необхідність брати до уваги такі особливості: розмір підприємства; організаційно-правову форму суб'єкта господарювання, особливості бізнес-процесів у галузі, розмір майна та власного капіталу; режими оподаткування, стадії життєвого циклу підприємства, бізнес-стратегію, що здійснюється на підприємстві.

Другий етап потребує чіткого визначення сутності, структури та функцій обліково-аналітичної системи.

Реформування бухгалтерського обліку неможливе без чіткого розуміння та визначення поняття «обліково-аналітична система». При цьому широко використовується системний підхід, положення якого слід застосовувати при дослідженні облікової системи.

Поняття «система» визначається багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими [12, с. 48-49]. Так Л. фон Бертоланфі вказує на систему як комплекс елементів, що перебувають у взаємодії; А. Холл визначає її як множину об'єктів разом з відносинами між

об'єктами і між атрибутами. Р. Акофф вважає, що система є будь-якою суттю, яка складається з взаємопов'язаних систем. О. Старіш зазначає, що система – це відокремлена сукупність взаємодіючих між собою елементів, яка утворює цілісність, володіє певними інтегральними властивостями, що дозволяє їй виконувати в середовищі визначену функцію [9, с. 86].

Підсумовуючи визначення системи, можна зробити висновок про те, що найбільш суттєвими ознаками системи є: наявність елементів (складових) системи, зв'язків між ними, можливість виконувати певні функції та наявність певної мети.

На основі системного підходу реалізується і концепція формування обліково-аналітичної системи. Частіше вітчизняні та зарубіжні науковці розглядають окремо облікову систему, систему бухгалтерського обліку, інформаційно-аналітичну систему, обліково-інформаційну систему тощо. Проте тільки цілісна обліково-аналітична система надає необхідну в достатній кількості і якості інформацію для ефективного управління підприємством. Окремі вчені намагаються дати чітке визначення обліково-аналітичної системи.

Кірейцев Г. Г., Гудзинський О. Д., Пахомова Т. М. вказують, що обліково-аналітична система – це інтегрована система прийомів обліково-аналітичного забезпечення менеджменту шляхом здійснення специфічних внутрішніх системних та загальносистемних функцій [2, с. 90].

Титаренко Г. Б., Корінко М. Д. зазначають, що обліково-аналітична система – це система, що базується на даних бухгалтерського обліку, разом з оперативними даними і використовує для економічного аналізу статистичну, виробничу та довідкову та інші види інформації [10, с. 66].

Загородній А. Г. визначає систему обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства як сформовану на засадах системного підходу форму організації усіх видів обліку та аналізу, метою якої є забезпечення менеджерів підприємства та інших зацікавлених осіб інформацією для прийняття поточних і стратегічних управлінських рішень, а також для контролю за їх діяльністю [4, с. 95].

Система обліково-аналітичного забезпечення за Камінською Т. Г. – це цілеспрямоване формування інформаційних потоків, підпорядкованих вимогам планування, аналізу, підготовки ефективних управлінських рішень і контролю за їх виконанням [5, с. 6].

Російські вчені під обліково-аналітичною системою розуміють повністю або частково децентралізовану систему, елементарні системи якої здійснюють збір, обробку і оцінку всіх видів інформації, що спрямована на ухвалення управлінських рішень на мікро- і макрорівнях [8, с. 16].

Кузьміна М. С. пропонує визначити систему обліково-аналітичної інформації як сукупність облікових регламентів, процесів і процедур, засновану на конвергенції інформаційних ресурсів різних облікових підсистем, у якій здійснюється фільтрація економічної інформації з метою отримання її окремих аспектів у межах користувацьких показників, які запитуються [6, с. 19].

Никандрова Л. К. виокремлює тільки облікову систему, основою якої є взаємодія елементів: фактів господарського життя, обліку, контролю, аналізу, планування [7, с. 11].

Удалова З. В. вказує, що обліково-аналітична система об'єднує дві базові підсистеми: облікову і аналітичну, які виконують відповідні функції. При цьому на основі інформації, сформованої в обліковій системі, здійснюється аналіз господарської діяльності, який виступає основою для прийняття управлінських рішень. Облік і аналіз реалізує функції управління, регулювання і контролю [11, с.18].

Таким чином, обліково-аналітичну систему можна визначити як сформовану на принципах системного

підходу сукупність облікової та аналітичної інформації, що забезпечує на основі вхідного масиву даних одержання показників, які забезпечать ефективне оперативне, тактичне і стратегічне управління суб'єктом господарювання.

Застосування системного підходу до створення обліково-аналітичної системи дає можливість глибшого розуміння її сутності через аналіз принципів системного підходу (таблиця 1).

Таблиця 1. Принципи системного підходу

Принцип	Характеристика принципу
1. Принцип кінцевої мети	Абсолютний пріоритет кінцевої мети
2. Принцип єдності	Система розглядається як єдине ціле, так і за сукупністю елементів
3. Принцип зв'язності (взаємозв'язку)	Кожний окремий елемент системи вивчається у взаємозв'язку один з одним та з навколишнім середовищем
4. Принцип модульної побудови	У системі виділяються модулі та розглядаються як сукупність
5. Принцип ієрархії	Вводять ієрархію елементів і здійснюють їх ранжування
6. Принцип функціональності	Спільний розгляд структури і функцій з пріоритетом функцій над структурою
7. Принцип розвитку	Ураховують зміни системи, її здатність до розвитку, розширення, заміни частин, нагромадження інформації
8. Принцип невизначеності	Ураховують невизначеності та випадковості у системі для подальшого прийняття управлінських рішень

¹ Складено за джерелом [3].

Хоча кожний елемент обліково-аналітичної системи має своє призначення та ціль, у підсумку вона має свою кінцеву мету, яка визначається як надання інформації для ефективного управління підприємством.

Цей принцип є продовженням принципу єдності, за яким обліково-аналітична система розглядається як єдина цілісна система, заснована на зближенні (конвергенції) облікової та аналітичної системи для підготовки та надання інформації для зацікавлених користувачів. Водночас ефективність обліково-аналітичної системи визначається і за функціонуванням її складових та елементів окремо.

Всі елементи обліково-аналітичної системи взаємопов'язані між собою. Цей взаємозв'язок обумовлює метод бухгалтерського обліку як спосіб пізнання його предмета. Крім того, обліково-аналітична система існує у нерозривному зв'язку та в оточенні інформаційної системи управління суб'єктами господарювання.

Визначено, що система – це сукупність елементів. При цьому така сукупність повинна бути необхідною, оскільки відсутність якогось з елементів або неналежний його внесок у систему унеможливує досягнення обліково-аналітичною системою своєї кінцевої мети. На сьогодні чітко не визначено склад обліково-аналітичної системи. Елементами, які належать до обліково-аналітичної системи, є облікова підсистема, аналітична підсистема та підсистема контролю, яка забезпечує об'єктивність, достовірність та дієвість обліково-аналітичної системи.

Враховуючи те, що обліково-аналітична система не може досягти своєї мети без людини (спеціаліста), то ще одним із елементів цієї системи слід виділити працівників.

Ієрархія елементів дає можливість чіткого упорядкування та визначення мети і функцій кожного з елементів. Саме цей принцип реалізує третій етап формування обліково-аналітичного забезпечення в

межах обліково-аналітичної системи. Кожна підсистема обліково-аналітичної системи має свої складові або блоки, які відображають особливості окремої системи. До таких складових слід зарахувати методичні, методологічні, організаційні та техніко-технологічні.

Так методичні складові ґрунтуються на спеціальних методах, які використовуються в обліку, аналізі і контролі (елементи методу бухгалтерського обліку, процедури бухгалтерського обліку, комплексні методики аналізу та оцінки розвитку підприємства, методики контролю тощо).

Методологічні складові містять концепції та напрямки розвитку обліку, аналізу і контролю.

До організаційних складових зараховують організаційні форми ведення бухгалтерського обліку, організацію бухгалтерського обліку на підприємстві, порядок здійснення контролю на підприємстві тощо.

До техніко-технологічних складових відносять сукупність сучасних засобів, способів, інструментів, прийомів, за допомогою яких здійснюється облік, аналіз і контроль (етапи обробки економічної інформації, програмне забезпечення, технічні засоби тощо).

Принцип модульної побудови та ієрархії дає можливість визначити структуру обліково-аналітичної системи (рисунк 1).

Кожна складова обліково-аналітичної системи виконує чітко визначену функцію. З огляду на склад підсистем обліково-аналітична система повинна виконувати інформаційну, контрольну та аналітичну функції. Принцип взаємозв'язку (зв'язності) елементів забезпечує виникнення функції стратегічного планування.

Обліково-аналітична система – є динамічним утвором, рівень ефективності якого визначається здатністю реагувати на зміни, які відбуваються у суспільстві.

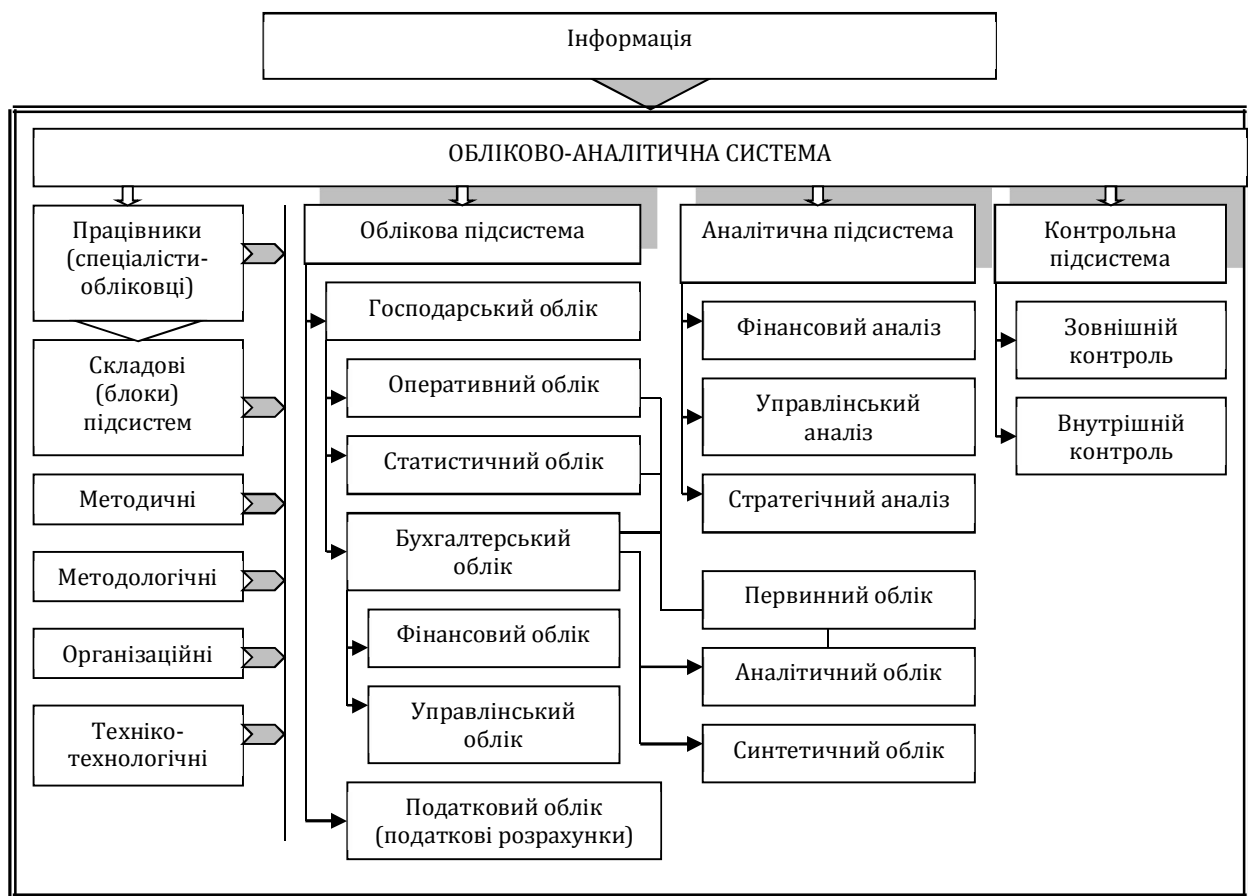


Рис. 1. Структура обліково-аналітичної системи підприємства

Як і в будь-якій системі, в обліково-аналітичній можуть виникати невизначеності і випадковості, які повинні враховуватися шляхом виконання функції стратегічного планування, тим самим забезпечуючи керівництву можливість варіантів управлінських рішень та підстави для обґрунтованого вибору одного з них.

Отже, обліково-аналітична система є надскладною інформаційною системою, якій притаманні властивості системи.

У межах обліково-аналітичної системи повинно

формуватися таке обліково-аналітичне забезпечення, яке дозволить генерувати оперативну, тактичну та стратегічну інформацію та яке відповідає інформаційним потребам менеджменту.

Чітке і правильне визначення сутності обліково-аналітичної системи та етапів, за яких досягається якість і доцільність обліково-аналітичного забезпечення, буде сприяти отриманню інформації зовнішніми та внутрішніми користувачами, а також керівництвом для реалізації всіх функцій управління.

Список літератури

1. Галузіна С. М. Аспекти підвищення ролі учетно-аналітичної інформації в системі управління організацією: монографія. [Текст] / С. М. Галузіна. – СПб.: Знання, 2006. – 392 с.
2. Гудзинський О. Д. Теоретичні аспекти формування обліково-аналітичного механізму менеджменту [Текст] / О. Д. Гудзинський, Г. Г. Кірейцев, Т. М. Пахомова // Облік і фінанси АПК. – 2008. – №3. – С. 90
3. Живко З. Б. Прийняття управлінських рішень та інформаційні технології: системний підхід [Електронний ресурс] / З. Б. Живко. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_25/zhivko.htm
4. Загородній А. Г. Система обліково-аналітичного забезпечення менеджменту підприємства [Текст] / А. Г. Загородній // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку: вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка», №576. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2007. – С. 94-102
5. Камінська Т. Г. Обліково-аналітичне забезпечення фінансового менеджменту в сільськогосподарських підприємствах: Автореф. дис.... канд. екон. наук: спец. 08.06.04 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / Т. Г. Камінська. – К., 2006. – 22 с.
6. Кузьміна М. С. Система учетно-аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень користувачами звітності (теорія, методологія, практика): автореф. дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.00.12 – бухгалтерський учет, статистика / М. С. Кузьміна. – Москва. – 2009. – 51 с.
7. Никандрова Л. К. Формирование учетной системы хозяйствующих субъектов: теория, методология и практика: автореф. дис. ... доктора екон. наук: спец. 08.00.12 – бухгалтерський учет, статистика / Л. К. Никандрова. – Москва. – 2011. – 45 с.
8. Формирование учетно-аналітичної системи затрат на промислових підприємствах: учебное пособие [Текст] / Л. В. Попова, И. А. Маслова, В. А. Константинов, М. М. Коростелкин. – М.: Дело и сервис, 2007. – 224 с.
9. Старіш О. Г. Системологія [Текст] / О. Г. Старіш. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 232 с.
10. Титаренко Г. Б. Методичні підходи для побудови обліково-аналітичної системи з використанням експертних оцінок [Текст] / Г. Б. Титаренко, М. Д. Корінько // Облік і фінанси АПК. – 2010. – №4. – С. 66-69

-
11. Удалова З. В. Формирование учетно-аналитического обеспечения управления сельскохозяйственными организациями: теория и методология: автореф. дис. ... доктора экон. наук: спец. 08.00.12 – бухгалтерский учет, статистика / З. Ф. Удалова. – Ростов-на-Дону. – 2011. – 54 с.
 12. Холод Б. І. Системний підхід – основа сучасного управління діяльністю промислових підприємств [Текст] / Б. І. Холод, О. М. Зборовська// Академічний огляд. – 2010. – №1 (32). – С. 48-54

РЕЗЮМЕ

Будько Оксана

Формирование целостной учетно-аналитической системы субъектов хозяйствования

В статье раскрыта сущность учетно-аналитического обеспечения и учетно-аналитической системы, определены структура и функции, проанализированы аспекты формирования ее целостности.

RESUME

Budko Oksana

Formation of integrated accounting-and-analytical system of the subjects of management

In the article there has been revealed the essence of accounting-and-analytical support. The accounting-and-analytical system has determined structure and function of accounting-and analytical system. The aspects of the formation of holistic of accounting-and-analytical system are analysed.

Стаття надійшла до редакції 02.03.2013 р.

ПДВ У ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ: ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА СПЛАТИ

Охарактеризовано спеціальний та звичайний режим оподаткування ПДВ туристичних операторів та агентів. Визначено базу оподаткування ПДВ з врахуванням останніх змін до ст. 207 Податкового кодексу України. Досліджено поняття податкового кредиту та зобов'язань з ПДВ у контексті діяльності туристичних підприємств. Відображено на рахунках бухгалтерського обліку операції з реалізації турпродукту операторами в'їзного та виїзного туризму, а також турагентами.

Ключові слова: звичайний та спеціальний режими оподаткування ПДВ, туристичний оператор, туристичний агент, турпродукт.

ПДВ як непрямий податок, який сплачується до Державного бюджету на кожному етапі виготовлення продукції, виконання робіт, надання послуг, посідає чільне місце серед інструментів податкової політики держави, залишаючись при цьому найбільш резонансним податком у новітній історії України.

Статистичні показники свідчать, що податок на додану вартість упродовж останніх років є основним джерелом наповнення Державного бюджету України. Зокрема, за даними Мінфіну України [1] у 2011 р. надходження від ПДВ становили 32,63% від загального обсягу доходів, у складі податкових надходжень частка цього податку досягла 38,87%. Реалії сьогодення такі, що реалізація податкової політики держави, спрямованої на наповнюваність бюджету, більшою мірою спирається на використання механізмів непрямого оподаткування. Це спричинено як незадовільним фінансовим станом багатьох підприємств, так і непоодиноким практикою виплати зарплати «в конвертах», і, як наслідок, удвічі меншою (порівняно з ПДВ) часткою податку на прибуток та податку з доходів фізичних осіб у надходженнях бюджету.

Системний аналіз нововведеного Податкового кодексу України дає підстави вважати, що оподаткування податком на додану вартість операцій у сфері туристичного бізнесу здійснюється в особливому порядку в частині визначення бази оподаткування, дати виникнення податкових зобов'язань, трактування поняття податкового кредиту, ведення податкового обліку та складання податкової звітності.

Підвищення інтересу вітчизняних науковців до проблематики обліку податку на додану вартість, що спостерігається останніми роками, пояснюється, перш за все, прийняттям у 2010 році Податкового кодексу України (далі – ПКУ) та пов'язану із цією подією ревізією порядку адміністрування цього податку.

Питання обліку ПДВ у туристичній діяльності порушується в роботах Т. Данканич [2-3], місце податку на додану вартість у системі оподаткування туристичного бізнесу – у статтях А. Діденко [4-5], використання окремих норм ПКУ у практиці туристичної діяльності – циклах публікацій О. Алексевиц [6-7], Н. Білової [12], О. Коваленко [8-10], А. Король [11], у періодичних виданнях «Все про

бухгалтерський облік», «Податки та бухгалтерський облік», «Бухгалтерія» тощо.

Поряд з цим, зважаючи на зміни у 2012 р. до Податкового кодексу України, які стосуються обкладення ПДВ діяльності туристичних операторів та агентів, назріла реальна потреба в ревізії цих досліджень у новітньому правовому полі та оцінці модернізованої системи оподаткування суб'єктів туристичної індустрії України.

Метою роботи є дослідження процесу законодавчого регулювання обліку ПДВ, відповідності останніх змін до Податкового кодексу України потребам вітчизняних операторів та агентів туристичного бізнесу, а також відображення операцій, пов'язаних з нарахуванням і сплатою податку на додану вартість на рахунках обліку суб'єктів туристичної діяльності.

Відповідно до визначеної мети в статті поставлено завдання, які передбачають наступні позиції:

- критичний аналіз норм Податкового кодексу України, пов'язаних із обов'язковою і добровільною реєстрацією осіб як платників ПДВ;
- характеристика спеціального та звичайного режимів оподаткування ПДВ туристичних операторів та агентів;
- визначення бази оподаткування ПДВ з врахуванням останніх змін до ст. 207 Податкового кодексу України;
- дослідження поняття податкового кредиту та зобов'язань з ПДВ у контексті спеціального та звичайного режимів оподаткування;
- відображення на рахунках бухгалтерського обліку операцій з реалізації турпродукту операторами в'їзного та виїзного туризму, а також турагентами.

Основний матеріал дослідження викладатимемо з огляду на ключові проблеми, пов'язаних із нарахуванням та сплатою ПДВ: реєстрація платників ПДВ, спеціальний та звичайний режими оподаткування ПДВ туристичних операторів та агентів, встановлення бази оподаткування та визначення податкових зобов'язань й податкового кредиту, ПДВ у системі бухгалтерських проведень, пов'язаних з реалізацією послуг туристичними операторами і агентами.

Реєстрація платником ПДВ. Основні вимоги щодо реєстрації осіб як платників ПДВ викладені в ст. 181-184 Податкового кодексу України [13], а також новому

Положенні про реєстрацію платників податку на додану вартість [14].

Чинним законодавством передбачена як добровільна, так і обов'язкова реєстрація платників.

Суб'єкти туристичної діяльності підлягають обов'язковій реєстрації у разі, якщо загальна сума від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, що підлягають оподаткуванню, у тому числі з використанням локальної або глобальної комп'ютерної мережі, нарахована (сплачена) такій особі протягом останніх 12 календарних місяців, сукупно перевищує 300 000 гривень (без урахування податку на додану вартість). У той час, як для туроператорів ситуація зрозуміла – перевищення обсягів реалізації турпродукту вказаної межі (як за прямими, так і за посередницькими договорами) за рік тягне за собою обов'язкову реєстрацію платником ПДВ. Переважна більшість вітчизняних туристичних операторів є платниками ПДВ.

Для туристичних агентів ніяких спеціальних правил не встановлено. Тому загальне реєстраційне правило розповсюджується і на них. Однак, на наш погляд, це критична вада законодавства в галузі ПДВ, яка повинна бути виправлена якомога раніше. Для турагентів слід передбачити спеціальну норму, за якою вартісна межа повинна бути встановлена не для обсягу реалізованих туристичних послуг, а для отриманої агентської винагороди. Враховуючи те, що для туристичних агентів обсяг реалізованого турпродукту в сумі 300 тис. грн. перетворюється в дохід (винагороду) – 30 тис. грн. (відштовхуємося від «класичних» комісійних 10%) на рік, а це в перерахунку на місяць складає 2500 грн., що є надто малою сумою для здійснення ефективної господарської діяльності підприємством, зважаючи на необхідність виплати хоча б мінімальної зарплати менеджерам, оплати телефонних та Інтернет-послуг, орендних платежів тощо. Ризикнемо припустити, що більшість вітчизняних туристичних агенцій перевищують подібну маржу в разі, інакше рентабельність такого бізнесу прямувала б до нуля. Робимо висновок, що заздалеку не всі туристичні агенції України мали б бути зареєстрованими платниками ПДВ. Однак для багатьох турагентів це не вигідно фінансово, а також спричиняє додаткові затрати, пов'язані з організацією обліку та сплати цього податку. Як наслідок, така норма спричиняє виникнення все нових і нових схем ухилення від декларування реальної виручки від реалізації. Найпоширенішою та найпростішою є та, що агент переходить на готівкові розрахунки з туроператором, перетворюючись в особу, яка після отримання коштів від туриста здає їх (за мінусом власної винагороди) у касу організатора туру, виводячи таким чином посередницькі операції з-під сфери дії податкового законодавства.

Добровільна реєстрація платником ПДВ до травня 2012р. була можливою у двох випадках:

- якщо обсяги оподатковуваних операцій туроператором/ турагентом є меншими від 300 000 грн. та обсяги постачання товарів/послуг іншим платникам податку за останні 12 календарних місяців сукупно становлять не менше 50 відсотків загального обсягу постачання;
- якщо статутний капітал або балансова вартість активів (основних засобів, нематеріальних активів, запасів) туроператора/ турагента перевищує 300000

гривень.

У травні 2012р. обмеження були зняті, і сьогодні суб'єкт підприємницької діяльності для добровільної реєстрації платником ПДВ повинен відповідати лише трьома зрозумілим та очевидним критеріям: проводити оподатковувані операції, не бути платником ПДВ та мати бажання зареєструватися останнім.

Будь-яка особа, що підлягає обов'язковій реєстрації чи прийняла рішення про добровільну реєстрацію як платника податку, подає до органу державної податкової служби за своїм місцезнаходженням (місцем проживання) реєстраційну заяву. Термін подачі такої заяви у разі обов'язкової реєстрації – не пізніше 10 числа календарного місяця, що настає за місяцем, у якому вперше досягнуто обсягу оподатковуваних операцій 300 000 грн. У разі добровільної реєстрації заява подається до органу державної податкової служби не пізніше ніж за 20 календарних днів до початку податкового періоду, з якого такі підприємства вважатимуться платниками податку та матимуть право на податковий кредит і виписку податкових накладних [13, ст.183].

Спеціальний та звичайний режими оподаткування ПДВ туристичних операторів та агентів. Суб'єкти туристичної діяльності здійснюють розрахунок сум ПДВ до сплати, виходячи з двох режимів: спеціального (згідно зі ст. 207 ПКУ) та звичайного (згідно зі ст. 200 ПКУ). За першим оподатковується основна діяльність туроператора чи турагента, яка безпосередньо пов'язана з придбанням (створенням) туристичного продукту (послуги) та його реалізацією; за другим – будь-яка інша діяльність. Відрізняється також порядок розрахунку сум ПДВ, належних до сплати. У випадку спецрежиму – це винагорода, обчислена як різниця між доходом від реалізації продукту та так званими «податковими витратами» (витрати, які зменшують оподатковуваний дохід), помножена на ставку ПДВ, у той час, як для звичайного режиму визначається різниця між податковими зобов'язаннями та податковим кредитом (рис.1).

При цьому ставка ПДВ, незалежно від режиму, залишається постійною – 20% (з 01.01.2014р. – 17%).

Визначення бази оподаткування ПДВ. Порядок оподаткування туроператорської та турагентської діяльності визначений ст. 207 Податкового кодексу України [13].

База оподаткування ПДВ залежить від типу оподаткованої операції, місця її надання та типу туристичного підприємства (оператор чи агент) (табл. 1).

Не можна не зауважити позитивні зміни, які були внесені до ст. 207 Податкового кодексу України у липні 2011р. [15] і завдяки яким під сферу дії вказаної статті потрапили і туристичні агенти. До цього винагорода була базою оподаткування ПДВ лише для підприємств, які діяли від свого імені, не були агентами іншої особи та використовували товари чи послуги інших осіб у процесі надання цих туристичних послуг. Під ці вимоги підлягали лише туристичні оператори, у той час, як агенти змушені були послуговуватись нормами ст. 189.4 Податкового кодексу України, які в якості бази оподаткування визначали вартість постачання товарів/послуг, що передаються/отримуються у межах договору комісії.

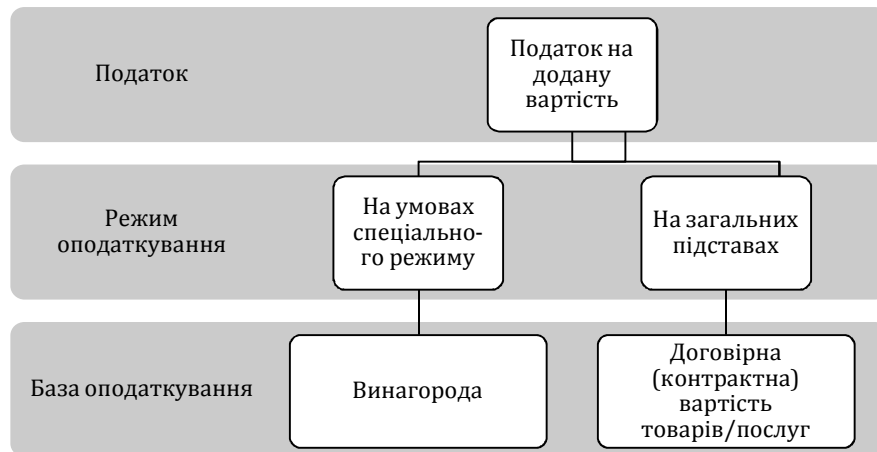


Рис. 1. Режими оподаткування ПДВ суб'єктів туристичної діяльності

Таблиця 1. Встановлення бази оподаткування ПДВ у туристичній діяльності

Суб'єкт туристичної діяльності	Оподатковувана операція	База оподаткування	Розрахунок бази оподаткування
Туристичний оператор	Постачання туристичним оператором туристичного продукту (туристичної послуги), призначеного для його споживання (отримання) на території України	Операторська винагорода	Різниця між вартістю наданого оператором туристичного продукту (туристичної послуги) та вартістю витрат, понесених ним унаслідок придбання (створення) такого туристичного продукту (туристичної послуги)
Туристичний оператор	Постачання на території України туристичним оператором туристичного продукту (туристичної послуги), призначеного для його споживання (отримання) за межами території України	Операторська винагорода	Різниця між вартістю поставленого оператором туристичного продукту (туристичної послуги) та вартістю витрат, понесених ним унаслідок придбання (створення) такого туристичного продукту (туристичної послуги)
Туристичний оператор	Посередницька діяльність на території України з укладання договорів на туристичне обслуговування з іноземними суб'єктами туристичної діяльності	Операторська винагорода	Винагорода, яка нараховується (виплачується) оператору іноземним суб'єктом туристичної діяльності, у т.ч. шляхом надання права самостійно утримувати належну йому суму винагороди із коштів, сплачених замовником (споживачем) туристичних послуг
Туристичний агент	Агентська діяльність	Комісійна винагорода	Винагорода, яка нараховується (виплачується) туристичним оператором, іншими постачальниками послуг на користь туристичного агента, у т.ч. за рахунок коштів, отриманих останнім від споживача туристичного продукту (туристичної послуги)

При умові дотримання положень статті, величина бази оподаткування для турагентів штучно завищувалася в 10 (!)¹ і більше разів, що ставило їх на межу банкрутства. Вихід з цієї ситуації багатьма вбачався в оформленні агентами, замість договорів на обслуговування туристів, угод про надання консультаційних послуг, у яких предметом ставав не туристичний продукт певної вартості, а лише послуги з

його пошуку і придбання за кошти клієнта. Таким чином, фактичним постачальником продукту залишався туристичний оператор, у той час, як агент декларував надання послуг лише в сумі комісійної винагороди, яка й ставала базою оподаткування ПДВ. Однак таке рішення не врегулювало податкову колізію, оскільки суми по договорах надалі не відповідали Актам виконаних робіт, які оформлялися операторами і підписувалися агентами. У зв'язку з останніми змінами до ПКУ можна вважати, що цю важливу податкову проблему таки вирішено.

¹ Виходимо з того, що зазвичай базова комісійна винагорода для агента складає 10% від вартості реалізованого ним туристичного продукту

Разом з тим, не можна не зауважити, що багатьма вченими-економістами та практикуючими бухгалтерами критикуються положення ст.207 Податкового кодексу загалом і пропонується відмінити цю норму (див. напр. [16]).

Встановлення дати виникнення податкових зобов'язань. Датою виникнення податкових зобов'язань з постачання товарів/послуг вважається дата, яка припадає на податковий період, протягом якого відбувається будь-яка з подій, що сталася раніше:

а) дата зарахування коштів від покупця/замовника на банківський рахунок платника податку як оплата туристичних послуг, що підлягають постачанню, а в разі постачання послуг за готівку – дата оприбуткування коштів у касі платника податку, а в разі відсутності такої – дата інкасації готівки у банківській установі, що обслуговує платника податку;

б) дата надання послуг – дата оформлення документа, що засвідчує факт постачання послуг платником податку.

Оскільки здебільшого як туристичні оператори, так і агенти працюють за передоплатою, подія А відбувається зазвичай швидше, а тому ПДВ нараховується на дату отримання коштів від замовника.

Слід зазначити ще одну позитивну ініціативу законодавців, які врегулювали важливу методологічну проблему, пов'язану із визначенням дати виникнення податкових зобов'язань у разі одержання попередньої оплати за ще не сформований турпродукт. Відповідно до Листа Комітету Верховної Ради України з питань фінансів, банківської діяльності, податкової та митної політики «Про оподаткування ПДВ операцій у туристичній діяльності» [17], туристичний оператор нараховує податкові зобов'язання, з огляду на розрахунковий розмір винагороди. У момент виникнення податкових зобов'язань туроператор складає податкову накладну на суму певної винагороди і нарахованих податкових зобов'язань. Після визначення вартості сформованого туристичного продукту і фактично понесених витрат, пов'язаних з таким туристичним продуктом, туристичний оператор провадить відповідний перерахунок податкових зобов'язань з ПДВ. Результати коригування відображаються в рядку 8.1 розділу I податкової декларації з ПДВ і в додатку 1 «Розрахунок коригування сум ПДВ до податкової декларації з ПДВ» (Д1) до декларації.

Податковий кредит. При використанні спеціального режиму оподаткування для туристичних підприємств поняття «податковий кредит» не застосовується. Однак це не унеможливує віднесення сум податку до податкового кредиту у разі здійснення операцій з придбання або виготовлення товарів (у тому числі – у разі їх ввезення на митну територію України) та послуг, які не мають безпосереднього відношення до формування туристичного продукту (комунальні послуги, придбання канцелярського приладдя, офісних меблів тощо).

Чинним законодавством не заборонено формувати податковий кредит із ПДВ на загальних підставах стосовно товарів (робіт, послуг), не пов'язаних із придбанням чи створенням туристичного продукту. Датою виникнення такого податкового кредиту, згідно зі ст. 198.2 ПКУ, вважається дата виникнення події, що відбулася раніше:

– списання коштів з банківського рахунка платника податку н

– а оплату товарів/послуг;

– отримання платником податку товарів/послуг, що підтверджено податковою накладною.

Бухгалтерський облік ПДВ у туроператора. Облік податку на додану вартість у туристичних операторів залежить від виду організовуваної ним подорожі з урахуванням спеціального режиму оподаткування.

З метою визначення бази оподаткування вартість поставленого туристичного продукту зменшується на вартість понесених витрат унаслідок його придбання (створення), тобто виробничу собівартість. Адміністративні, витрати на збут та інші витрати при цьому не враховуються при визначенні бази оподаткування ПДВ (рис. 2).

Вартість послуг, які постачаються туроператором за посередницьким договором з іншим суб'єктом (авіакомпанією тощо), доцільно наводити в бухгалтерських документах окремо, оподатковуючи їх як турагент [18, с. 58].

При оподаткуванні ПДВ операцій з виїзного туризму слід урахувати норми угод про уникнення подвійного оподаткування та місце надання туристичних послуг. Зокрема, не обкладаються ПДВ послуги з перевезення пасажирів за кордоном (якщо вони не стосуються міжнародних перевезень²), оскільки місце їх фактичного постачання розташоване за межами митної території України. З аналогічної причини не оподатковуються послуги закордонних гідів, пов'язані з екскурсійним супроводом. Не є об'єктом оподаткування ПДВ й послуги з поселення туристів у готелях та інших місцях проживання, оскільки місце реєстрації надавача таких послуг знаходиться за межами України.

В іншому облік ПДВ в туроператора при організації виїзного туризму подібний до внутрішнього і відображається на рахунках обліку так (рис. 3).

Бухгалтерський облік ПДВ у турагента. Оскільки агент надає послуги за рахунок клієнта, норми Цивільного кодексу України зумовлюють необхідність останнього забезпечити його коштами для виконання умов договору, а також компенсувати фактичні витрати, яких при цьому зазнали. Подібні імперативи містить і Господарський кодекс. Таким чином, це визначає проведення розрахунків між турагентом та туристом (так само, як і між агенцією та оператором) на умовах передоплати, що накладає свій відбиток на здійснення обліку ПДВ в туристичного агента (рис. 4).

Використання субрахунків 641 «Розрахунки за податками» та 643 «Податкові зобов'язання» регулюється Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [19] (з урахуванням авансового способу розрахунків), а сума податку до сплати в бюджет розраховується за спецрежимом оподаткування.

Важливе значення також має момент визнання доходу від реалізації турпродукту в бухгалтерському обліку (детальніше див. [20]).

Незважаючи на позитивні зрушення в напрямку удосконалення законодавства та усунення суперечливих положень ПКУ стосовно оподаткування

²Примітка. Приклад 1: турист здійснює переліт до аеропорту міста відпочинку, де йому організовано трансфер аеропорт – готель – аеропорт; послуги з надання такого трансферу не є об'єктом оподаткування ПДВ. Приклад 2: турист здійснює автобусний екскурсійний тур в Європу з України; транспортні послуги з його перевезення є об'єктом оподаткування ПДВ на загальних підставах

ПДВ суб'єктів туристичної діяльності, все ще залишаються неврегульованими питання складу виробничої собівартості туристичного продукту, особливостей оподаткування при частковому наданні послуг за межами України тощо. Підприємствам також слід урахувати, що діяльність, пов'язана з наданням туристичних послуг, оподатковується на умовах спеціального режиму, інша діяльність – звичайного, що зумовлює необхідність ведення відокремленого обліку податкових зобов'язань, кредиту та витрат для

правильного обчислення бази оподаткування.

Перспективними напрямками подальших розробок з тематики обліку ПДВ у сфері туристичного бізнесу визначаємо особливості обліку взаєморозрахунків між операторами та агентами, у випадку, якщо останні не є платниками ПДВ, а також специфіку заповнення податкової накладної та декларації з урахуванням спеціального режиму оподаткування ПДВ туристичних підприємств.



Рис. 2. ПДВ у системі бухгалтерських проведень з реалізації турпродукту туropератором при організації внутрішнього та в'їзного туризму

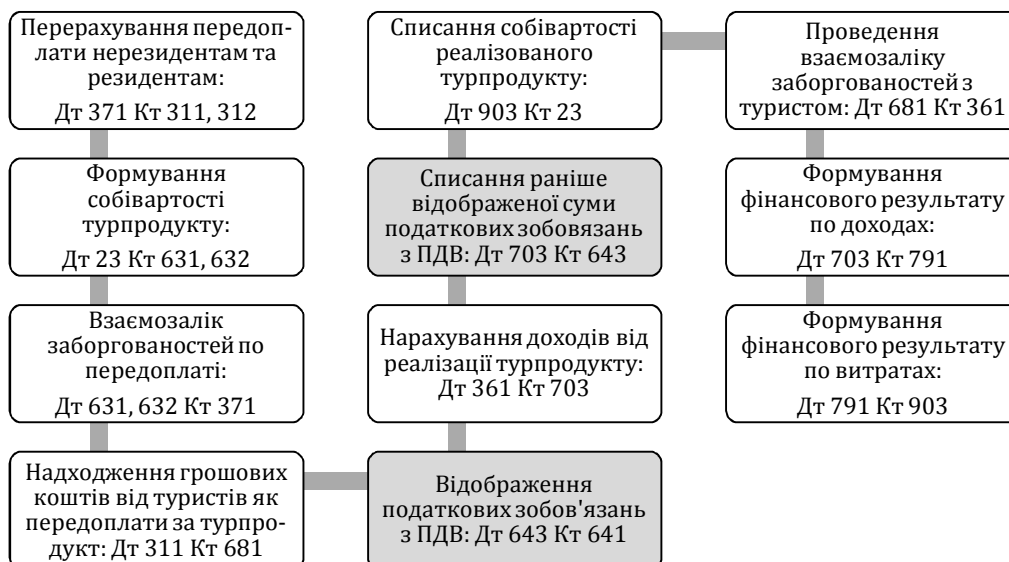


Рис. 3. ПДВ у системі бухгалтерських проведень з реалізації турпродукту туropератором при організації виїзного туризму

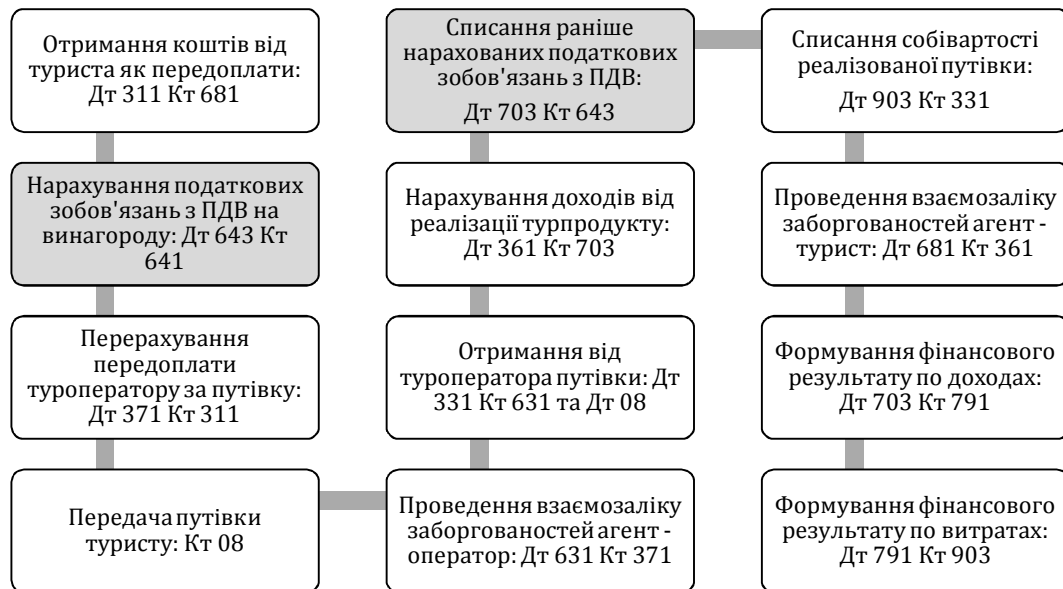


Рис. 4. ПДВ у системі бухгалтерських проведення з реалізації турпродукту туристичним агентом

Список літератури

1. Показники виконання Державного бюджету України за 2010-2011 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.minfin.gov.ua/file/link/328305/file/DBU_ZBU.pdf
2. Данканич, Т. П. Оподаткування туристичної діяльності в умовах дії Податкового кодексу України [Текст] / Т.П. Данканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія "Економіка". – 2011. – Вип. 32. – С. 237-241.
3. Данканич, Т. П. Облік турагентської діяльності та операцій по її оподаткуванню [Текст] / Т. П. Данканич // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія "Економіка". – 2010. – Спец. вип. 29. Ч.2. – С. 57-63.
4. Діденко, А. В. Проблеми моделювання системи оподаткування туристичного бізнесу в Україні [Текст] / А. В. Діденко // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2010. – №1 (5). – С. 89-96.
5. Діденко, А. В. Система оподаткування туристичного бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / А. В. Діденко // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – №1 (3).. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2010_1/10davtbu.pdf.
6. Алексевиц, О. ПДВ у турдіяльності: старі норми заграли новими фарбами [Текст] / О. Алексевиц, О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2012. – №22. – С. 40-42.
7. Алексевиц, О. ПДВшний спец режим у туризмі [Текст] / О. Алексевиц // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №27. – С. 16-21.
8. Коваленко, О. Чи буде в туроператора податковий кредит [Текст] / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №83. – С. 26-27.
9. Коваленко, О. Постачання виїзного турпродукту: як туроператору розрахувати податкові зобов'язання [Текст] / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №105. – С. 34-35.
10. Коваленко, О. Туроператор виконує доручення клієнта – купує для нього турпослугу: як відобразити в податковому обліку [Текст] / О. Коваленко // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №87. – С. 12-13.
11. Король, А. Турпослуги за агентськими договорами: ПДВшний облік [Текст] / А. Король // Все про бухгалтерський облік. – 2011. – №66. – С. 48-49.
12. Білова, Н. Туристична діяльність: особливості обкладення ПДВ [Текст] / Н. Білова // Податки та бухгалтерський облік. – 2011. – №43 (1436). – С. 9-18.
13. Податковий кодекс України [Текст]: закон України від 02.12.2010 №2755-VI.
14. Про затвердження Положення про реєстрацію платників податку на додану вартість [Текст]: наказ Міністерства фінансів України від 07.11.2011 №1394.
15. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо вдосконалення окремих норм Податкового кодексу України [Текст]: закон України від 07.07.2011 №3609-VI.
16. Податковий кодекс знищить туризм в Україні [Електронний ресурс] // MandryNavigator: український туристичний журнал. – Режим доступу: <http://mandry.ua/index.php/main/last-news/299-2012-01-30-08-15-02.html>
17. Про оподаткування ПДВ операцій у туристичній діяльності [Текст]: лист Комітету Верховної Ради України з питань фінансів, банківської діяльності, податкової та митної політики від 14.10.2011 № 04-39/10-1038.
18. Данканич, Т. Сучасний підхід до визначення бази оподаткування ПДВ туроператором [Текст] / Т. Данканич // Облік, аналіз і аудит в системі управління підприємницькою діяльністю : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції (Сімферополь, 18 листопада 2011р.). – Сімферополь: ВД "АРИАЛ", 2011. – С. 57-60.
19. Про затвердження Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій [Текст]: наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 №291.
20. Височан, О. С. Визнання та облік доходів від реалізації послуг в діяльності туристичних агентств [Текст] / О. С. Височан, О. О. Височан // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка. – 2011. – Спецвипуск 33. Частина 3. – С. 20-29.

РЕЗЮМЕ

Височан Олег

НДС в деятельности туристических предприятий: особенности начисления, учета и уплаты

Охарактеризованы специальный и обычный режимы налогообложения НДС туристических операторов и агентов. Определена база налогообложения НДС с учетом последних изменений в ст. 207 Налогового кодекса Украины. Исследовано понятие налогового кредита и обязательств по НДС в контексте деятельности туристических предприятий. Отражены на счетах бухгалтерского учета операции по реализации турпродукта операторами въездного и выездного туризма, а также турагентами.

RESUME

Vysochan Oleg

VAT in business travel companies: features of accrual, accounting and payment

The special and ordinary VAT regime tour operators and agents are characterized. VAT base in view of recent changes in article 207 of the Tax Code of Ukraine is determined. The concept of tax credits and liabilities for VAT in the context of tourism enterprises are investigated.

Стаття надійшла до редакції 31.01.2013 р.

Михайло ВОЙНАРЕНКОдоктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри обліку та аудиту,
Хмельницький національний університет**Наталія ЄСІЄВА**аспірантка кафедри обліку та аудиту,
Хмельницький національний університет,
директор аудиторської фірми ПП «Аудит-Перфект»

АВТОМОБІЛЬНІ ВАНТАЖНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ЯК ОБ'ЄКТ ОБЛІКУ ТА АУДИТУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ПЕРЕВІЗНИКІВ

У статті класифіковано види вантажних перевезень як об'єктів обліку та аудиту діяльності підприємств-перевізників. За наведеною їх класифікацією, на базі поєднання облікового та податкового аспектів, запропоновано узагальнену модель облікового відображення вантажних перевезень підприємствами-перевізниками.

Ключові слова: підприємство-перевізнак, вантажні перевезення, об'єкт обліку.

Домінуючим видом основної економічної діяльності підприємств-перевізників, на який припадає найбільший внесок у валову додану вартість є, безумовно, вантажні автомобільні перевезення. Відповідно, стимулювання та розвиток економічної активності підприємств транспортної галузі, з метою ефективності їх господарювання, насамперед вимагає визначення, конкретизації об'єктів обліку та аудиту підприємств-перевізників, а також чіткого регламентування і раціоналізації їх облікових процесів.

Питанням організації обліку на автотранспортних підприємствах присвячені праці вітчизняних фахівців: П. Й. Атамаса, А. В. Базилука, М. С. Горяєва, М. О. Гури, В. Б. Захожай, Ю. Д. Маляревського, Ж. К. Нестеренко, Л. К. Сук, [1-7], однак, попри це, вони належать до недостатньо висвітлених та вузько спрямованих, що, на нашу думку, потребує вивчення, уточнення з метою формування додаткових рекомендацій.

Метою статті є конкретизація об'єктів обліку та аудиту діяльності підприємств-перевізників відповідно до виділених видів вантажних перевезень, які здійснюються автомобільними перевізниками, на базі поєднання облікового та податкового підходів та побудова моделі їх наступного облікового відображення.

Згідно із зазначеними джерелами для визначення сутності вантажного перевезення як послуги з метою її подальшого облікового відображення, першоосною є чітка класифікація послуг вантажних перевезень як об'єктів обліку та аудиту, залежно від їх економічної сутності. Відповідно, традиційно можна виділити внутрішні (міжміські, міські) та міжнародні вантажні перевезення.

Так внутрішні перевезення, за визначеннями, наведеними у чинному законодавстві України, об'єднують перевезення пасажирів і вантажів між населеними пунктами, розташованими на території однієї держави. Міжнародні перевезення вантажів – перевезення вантажів автомобільним транспортом з перетином державного кордону України.

Базовими нормативно-правовими актами, які регулюють на сьогодні організаційно-правові аспекти діяльності підприємств-перевізників щодо здійснення

транспортних перевезень вантажів, є Цивільний кодекс України від 16.01.2003р. №435-IV, Господарський кодекс України від 16.01.2003 року №436 –IV, Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. №2755-УІ, Митний кодекс України від 11.07.2002 р. №92-УІ, Закон України від 05.04.2001 р. №2344-ІІІ «Про автомобільний транспорт», інші [8-12].

Для цілей оподаткування у Податковому кодексі України запропоновано дещо інше визначення міжнародного перевезення вантажів – перевезення, що здійснюється за єдиним міжнародним перевізним документом [10], яке потребує подальшої деталізації щодо визначення єдиного міжнародного перевізного документа. Відповідно до Європейської Угоди щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які здійснюють міжнародні автомобільні перевезення(ЄСТР) від 01.07.1970 року, дата приєднання Україною 07.09.2005 року, міжнародне автомобільне перевезення – будь-яке автомобільне перевезення з перетином принаймні одного кордону [13]. За Європейською Угодою про міжнародне дорожнє перевезення небезпечних вантажів (ДОПНВ) від 30.09.1957 року, дата приєднання України 02.03.2000 року, міжнародне перевезення означає будь-яке перевезення, яке здійснюється через територію принаймні двох договірних сторін за допомогою автомобілів, тягачів з напівпричепами, причепів та напівпричепів [14].

Окремого вивчення, на нашу думку, потребує такий різновид міжнародного транспортного перевезення, як транзит вантажів. За визначенням, наведеним у Законі України «Про транзит вантажів» № 1172-ХІV від 20.10.1999 року, під останнім розуміється перевезення транспортними засобами транзиту вантажів під митним контролем через територію України між двома пунктами або в межах одного пункту пропуску через державний кордон України [15]. Митний кодекс України [11] уточнює, деталізує наведене визначення, доповнюючи, що для транзиту характерна відсутність будь-якого використання в комерційних цілях товару і транспорту, на якому він перевозиться, на території України. Перевезення починається і закінчується за межами території України. Визначальним фактором при віднесенні тієї або іншої послуги до транзитної

(супутньої транзит) є характер вантажу. Відповідно, транзитним вважається перевезення, що пов'язане з транзитним вантажем. Важливим для визначення транзиту з метою облікового відображення є розуміння, що вантажі, транспортні засоби транзиту, контейнери вважаються прохідними через територію України у разі, якщо проходження цих вантажів з перевантаженням, складуванням, подрібненням на партії, зміною транспортного засобу транзиту чи без таких операцій є частиною повного маршруту перевезення, що розпочинається і закінчується за межами території України. Транзитні перевезення розподіляють на: прохідний митний транзит, внутрішній митний транзит.

Відповідно до чинного податкового законодавства можна класифікувати наступні види вантажних перевезень: внутрішні вантажні перевезення – підлягають оподаткуванню податком на додану вартість за ставкою 20%, міжнародні вантажні перевезення – підлягають оподаткуванню податком на додану вартість за ставкою 0%, транзитні вантажні перевезення – підлягають звільненню від оподаткування податком на додану вартість. З огляду на вищенаведені аспекти класифікації вантажних перевезень, нами запропоновано модель облікового відображення автомобільних вантажних перевезень підприємствами-перевізниками на базі поєднання облікового та податкового аспектів, яка наведена на рис. 1.

Відповідно до рис.1, для облікового відображення доходів від послуг з вантажних автомобільних перевезень, на нашу думку, доцільно запровадити субрахунок 7031 «Дохід від реалізації послуг з вантажних перевезень» з наступною деталізацією:

- субрахунок 70311 «Дохід від реалізації послуг із внутрішніх вантажних перевезень»;
- субрахунок 70312 «Дохід від реалізації послуг із міжнародних вантажних перевезень»;
- субрахунок 70313 «Дохід від реалізації послуг із міжнародних транзитних вантажних перевезень»;
- субрахунок 70314 «Дохід від реалізації послуг з міжнародних вантажних перевезень, підтверджених CMR та товарно-транспортною накладною».
- Відображення витрат передбачає використання субрахунку 2031 «Надання послуг з вантажних перевезень» з наступною деталізацією:
- субрахунок 2311 «Надання послуг із внутрішніх вантажних перевезень»;
- субрахунок 2312 «Надання послуг із міжнародних вантажних перевезень»;
- субрахунок 2313 «Надання послуг із міжнародних транзитних вантажних перевезень»;
- субрахунок 2314 «Надання послуг із міжнародних вантажних перевезень, підтверджених CMR та товарно-транспортною накладною».

Запроваджена деталізація вантажних перевезень відповідає економічній сутності наявних різновидів договорів транспортних перевезень та дозволяє чітко ідентифікувати вантажні перевезення як об'єкт бухгалтерського обліку підприємства-перевізника. Крім того, очевидним є зв'язок запропонованої класифікації вантажних перевезень як об'єктів бухгалтерського обліку із документальним забезпеченням надання транспортних послуг.

За досліджуваною практикою, із урахуванням запровадженої класифікації вантажних перевезень нами узагальнено перелік первинних документів, що

підлягають оформленню, при здійсненні вантажних транспортних перевезень:

- для внутрішніх транспортних перевезень: договір, заявку, поліс (сертифікат) обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, подорожній лист вантажного автомобіля, рахунок, інвойс (invoice), акти виконаних робіт, товарно-транспортні накладні з позначкою вантажоодержувача, у випадку коли стороною договору є фізична особа, згода суб'єкта персональних даних на обробку персональних даних;
 - для міжнародних транспортних перевезень, підтверджених міжнародною автомобільною накладною: договір, заявку, поліс (сертифікат) обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, подорожній лист вантажного автомобіля у міжнародному сполученні, рахунок, інвойс (invoice), акти виконаних робіт, товарно-транспортні накладні у міжнародному сполученні (CMR) з відміткою вантажоодержувача та митниці, у випадку коли стороною договору є фізична особа, згода суб'єкта персональних даних на обробку персональних даних;
 - для міжнародних транспортних перевезень, підтверджених міжнародною автомобільною накладною, та товарно-транспортною накладною у внутрішньому сполученні: договір, заявку, поліс (сертифікат) обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, подорожній лист вантажного автомобіля у міжнародному сполученні, рахунок, інвойс (invoice), акти виконаних робіт, товарно-транспортні накладні у міжнародному сполученні (CMR) з відміткою вантажоодержувача та митниці, товарно-транспортна накладна з відміткою вантажоодержувача, у випадку коли стороною договору є фізична особа, згода суб'єкта персональних даних на обробку персональних даних;
- для міжнародних транспортних перевезень транзитом через територію України: договір, заявку, поліс (сертифікат) обов'язкового страхування цивільно-правової відповідальності власників наземних транспортних засобів, подорожній лист вантажного автомобіля у міжнародному сполученні, рахунок, інвойс (invoice), акти виконаних робіт, товарно-транспортні накладні у міжнародному сполученні (CMR) з відміткою вантажоодержувача та митниці, книжка міжнародного перевезення або вантажна митна декларація (ВМД), у випадку, коли стороною договору є фізична особа, згода суб'єкта персональних даних на обробку персональних даних.

Наведена модель класифікації автомобільних вантажних перевезень, з огляду на їх економічну сутність, на базі поєднання облікового та податкового аспектів, на нашу думку, дозволяє сформувати підприємствам-перевізникам єдиний підхід до їх облікового відображення та порядку оподаткування. Запровадження запропонованого підходу дозволить уніфікувати чинні підходи до облікового відображення автомобільних вантажних перевезень та на наступному етапі є запорукою вдосконалення порядку облікового відображення мультимодальних перевезень.

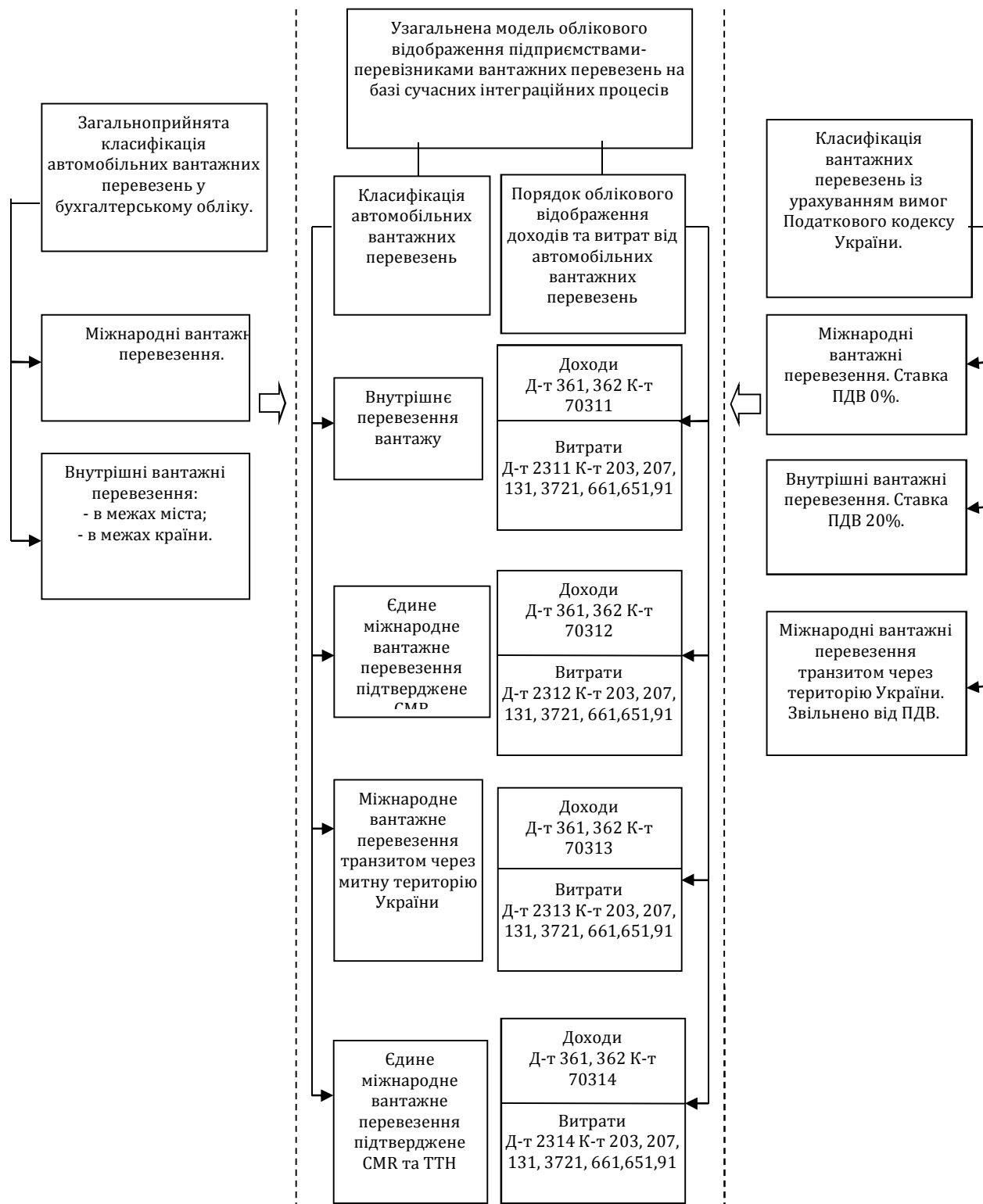


Рис. 1. Узагальнена модель облікового відображення вантажних перевезень виходячи із запропонованої їх класифікації *

*Розроблено автором

Список літератури

1. Атамас П. Й. Бухгалтерський облік у галузях економіки: навч. посіб. / П. Й. Атамас – К.: Центр наукової літератури, 2008 – 392 с.
2. Базиліук А. В. Бухгалтерський і податковий облік автотранспорту та автотранспорту: навч. посіб. / А. В. Базиліук, О. І. Малишкін – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256 с.
3. Облік у галузях виробництва і послуг: навч. посіб. / Ю. Д. Малярєвський, М. С. Горяєва, Н. С. Пасенко, А. О. Косич – Х.: Видавництво «Інжек», 2008. – 616 с.
4. Гура М. О. Облік видів економічної діяльності: навч. посіб. / М. О. Гура – К.: Знання, 2004. – 541 с.

5. Нестеренко Ж. К. Бухгалтерський облік промислових підприємств: навч. посіб. / Ж. К. Нестеренко – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 311 с.
6. Сук Л. К. Бухгалтерський облік у галузях економіки: навч. посіб. / Л. К. Сук, П. Л. Сук, М. С. Стасяшен – К.: Каравела, 2008. – 208 с.
7. Бухгалтерський облік у галузях економіки: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Б. Захожай, М. Ф. Базась, М. М. Матюха, В. М. Базась; [За ред. В. Б. Захожая, М. Ф. Базася.] – К.: МАУП, 2005. – 968 с.
8. Цивільний кодекс України, 16 січня 2003 р. № 435-IV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 06.02.2013)
9. Господарський кодекс України, 16 січня 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 07.02.2013)
10. Податковий кодекс України, 2 грудня 2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 07.02.2013)
11. Митний кодекс України, 13 березня 2012 р. № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 07.02.2013)
12. Про автомобільний транспорт: Закон України, 23 лютого 2006 р. № 3492-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 08.02.2013)
13. Європейська угода щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР) 01.07.1970 р.: Постанова КМ України від 11 липня 2007 р. № 914 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 08.02.2013)
14. Європейська Угода про міжнародне дорожнє перевезення небезпечних вантажів (ДОПНВ), 30.09.1957 р.: Закон України «Про приєднання України до Європейської Угоди про міжнародне дорожнє перевезення небезпечних вантажів (ДОПНВ)», 2 березня 2000 р., № 1511-III // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 07.02.2013)
15. Про транзит вантажів: Закон України, 20 жовтня 1999 р. № 1172-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ligazakon.ua/> – (дата звернення 08.02.2013).

РЕЗЮМЕ

Войнаренко Михаил, Есиева Наталья

Автомобильные грузовые перевозки как объект учета и аудита деятельности предприятий-перевозчиков

В статье классифицированы виды грузовых перевозок как объекты учета и аудита деятельности предприятий-перевозчиков. Исходя из их классификации, на базе объединения учетного и налогового аспектов, предложена обобщенная модель учетного отражения грузоперевозок предприятиями-перевозчиками.

RESUME

Voynarenko Mykhaylo, Yesieva Natalia

Freight transportations as an object of accounting and auditing of the activity of the enterprises-carriers

The types of freight transportations as the objects of accounting and auditing activities of the enterprises-carriers are classified in the article. Taking into account the classification and based on combining of accounting and tax aspects there has been proposed the generalized model accounting of reflection of freight transportations by the companies-carriers.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2013 р.

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИКИ АНАЛІЗУ ПОКАЗНИКІВ БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Статтю присвячено питанням проведення аналізу бухгалтерської звітності підприємства, які дозволяють отримати достовірні фінансові показники, розкривають їх значення, зміст та конкретні методичні прийоми.

Ключові слова: бухгалтерська (фінансова) звітність, підприємство, діагностика, аналіз, прогнозування, фінансова інформація, суб'єкти господарювання.

Об'єктивні умови жорсткої конкуренції, що пов'язані з активним впровадженням ринкових механізмів в управління підприємницькою діяльністю суб'єктів господарювання, вимагають, перш за все, підтримання високої власної конкурентної позиції. За цих обставин значно зростає попит на фінансову інформацію. Саме виняткова роль інформаційного забезпечення в процесах управління спричинює підвищену увагу до бухгалтерської фінансової звітності як основного джерела інформації про майновий та фінансовий стан підприємства, а також результати його виробничо-господарської діяльності за звітний період.

Зміни, що відбуваються на сучасному етапі в бухгалтерському обліку України, обумовлюються вимогами, що ставляться до інформації, яку формує така система, заінтересованими користувачами. Складне переплетіння інтересів різних груп користувачів до звітної інформації передбачає її використання в процесах оцінки, аналізу та прогнозування умов і результатів господарювання як окремого підприємства, так і галузі загалом. Необхідно зауважити, що вплив бухгалтерської фінансової звітності на ефективність прийняття рішень визначається тим, наскільки об'єктивно вона відповідає запитам користувачів.

Розв'язанню теоретичних і методичних питань формування, аналізу та прогнозування фінансової звітності присвячена значна кількість досліджень вітчизняних вчених (Ф. Ф. Бутинця, Ю. А. Вериги, П. М. Гарасима, С. В. Голова, М. І. Губачової, Л. А. Лахтінова, В. С. Лєня, Ж. К. Нестеренка, В. К. Савчука, В. В. Сопка, А. М. Стельмащук, В. О. Шевчука, Л. В. Чижевської та інших). Вивчення їхнього доробку показало, що не існує єдиної методики проведення аналізу фінансового стану підприємства, подаються різні тлумаченні окремих показників.

Головним призначенням фінансової звітності підприємств є одержання інформації, яка дає достовірне й повне уявлення про майновий і фінансовий стан. Останнім часом фінансова звітність підприємств не відповідає цим вимогам. Побуває думка, що основною ціллю складання бухгалтерської звітності є надання її в державні контролюючі органи.

Основними причинами, що заважають чіткому розумінню та ефективному використанню бухгалтерської фінансової звітності підприємств, є:

– неузгодженість бухгалтерського законодавства та окремих його позицій з податковим законодавством при інтерпретації та відображенні фактів

господарювання;

– невідповідність потребам аналізу розміщення окремих статей та елементів бухгалтерської фінансової звітності [1, с. 1].

Саме ці напрямки потребують поглибленого вивчення з метою подальшого вдосконалення.

Перехід України до ринкових умов господарювання вимагає організації обліку, яка б забезпечувала учасників ринку необхідною бухгалтерською інформацією, дозволяла власнику мати достовірні дані про майновий і фінансовий стан, результати діяльності відповідно до міжнародних стандартів. Одночасно з внутрішньою потребою та вимогами управління створюється великий пласт зовнішньої статистичної, податкової звітності, важливе місце в якій посідає бухгалтерська звітність. Користувачами останньої є працівники, дійсні та потенційні інвестори, кредиторі, постачальники, уряд та урядові організації, громадськість та інші заінтересовані особи.

Методика аналізу залежить від поставлених цілей і задач, систематизованих організаційно-аналітичних засад, прогнозування показників бухгалтерської фінансової звітності, що містять: суб'єктів, об'єкти, мету, задачі, інструменти аналізу та опис процесів узагальнення і реалізації результатів аналізу.

Однією із важливих проблем аналізу бухгалтерської фінансової звітності в процесі обґрунтування економічних рішень, є отримання показників, придатних для порівняння. У нестабільних умовах функціонування підприємства, що передбачає вибір методологічних основ фінансового обліку, ця проблема загострюється. Як наслідок, підвищена увага до процесу вибору облікових принципів, методів та прийомів при формуванні показників бухгалтерської фінансової звітності.

Упровадження в практику бухгалтерського обліку можливості вибору принципів, методів та прийомів його ведення при формуванні показників бухгалтерської фінансової звітності дозволяє забезпечити відповідність звітних даних умовам, задачам та функціональній структурі кожного окремого суб'єкта господарювання, що сприяє найбільш повному використанню показників бухгалтерської фінансової звітності при обґрунтуванні рішень. На сьогодні можна виділити дві групи питань, що виникають безпосередньо при реалізації облікової політики.

Перша група пов'язана з вибором принципів, методів та прийомів бухгалтерського обліку із чинної

нормативної бази та їх впливом на формування показників бухгалтерської фінансової звітності.

Друга група питань пов'язана з відсутністю формулювання в нормативній базі вказівок щодо відображення у бухгалтерській фінансовій звітності окремих господарських фактів.

Варто пам'ятати, що для того, щоб оцінити ефективність діяльності підприємства, необхідно виявити й пояснити взаємозв'язок між компонентами фінансових звітів. Аналіз фінансового стану має дві основні цілі [5, с. 14-15]:

- дослідити динаміку фінансово-господарської діяльності підприємства;
- підготувати інформацію, яка необхідна для прогнозування.

При цьому цілі будуть досягнуті в результаті рішення взаємозалежного набору аналітичних задач [3, с. 16]:

- визначення фінансового стану підприємства на момент проведення аналізу;
- виявлення тенденцій і закономірностей розвитку підприємства;
- визначення моментів, які негативно впливають на фінансовий стан підприємства;
- виявлення резервів, які підприємство може використовувати для поліпшення фінансового стану.

Для аналізу фінансового стану використовується система взаємозалежних показників, які базуються на даних бухгалтерської й статистичної звітності підприємства. Такий аналіз іноді називають зовнішнім, оскільки він орієнтується тільки на публічну звітність підприємства. Вірогідність вихідних даних визначає цінність показників, за якими ведеться розрахунок.

Основний зміст зовнішнього аналізу складається з:

- аналізу абсолютних показників прибутку;
- аналізу відносних показників прибутку;
- аналізу фінансової стійкості і ліквідності балансу;
- аналізу ефективності використання притягнутого капіталу.

Показники оцінки фінансового стану підприємства мають бути такими, щоб усі ті, хто пов'язаний із підприємством економічними відносинами, могли одержати відповідь на запитання, наскільки надійне підприємство як партнер у фінансовому відношенні, а отже, прийняти рішення про економічну доцільність встановлення таких відносин з підприємством. У кожного з партнерів підприємства – акціонерів, банків, податкових адміністрацій – свій критерій економічної доцільності на власний вибір, з огляду на свої інтереси.

Після того, як фінансові звіти проаналізовані, слід зробити комплексну оцінку фінансового стану підприємства. Для комплексного аналізу фінансового стану підприємства необхідно оцінити тенденції найбільш загальних показників, які з різних боків характеризують фінансовий стан підприємства.

Показниками та факторами належного фінансового стану підприємства є: стійка платоспроможність, ефективне використання капіталу, своєчасна організація розрахунків, наявність стабільних фінансових ресурсів.

Основними джерелами інформації в аналізі фінансових результатів прибутку є накладні на відвантаження продукції, дані аналітичного бухгалтерського обліку за рахунками результатів, фінансової звітності ф. №1 «Баланс», ф. №2 «Звіт про фінансові результати», ф. №3 «Звіт про рух грошових коштів», ф. №4 «Звіт про власний капітал», ф. №5 «Примітки до річної фінансової звітності».

Дослідження методики аналізу бухгалтерської фінансової звітності дозволяє стверджувати про значну кількість її напрямків при вивченні господарських процесів. Досить часто вітчизняними фахівцями з фінансового аналізу використовуються методики з російської практики, причому не завжди присутні рекомендації щодо адаптації цих методик до реальних умов господарювання та існуючого інформаційного забезпечення. За цією позицією було визначено основні напрямки удосконалення методики аналізу бухгалтерської фінансової звітності, зокрема:

- подальша розробка теоретичних основ методики;
- підвищення ефективності використання даних аналізу через приведення їх до зів'язності;
- правильна побудова форм бухгалтерської фінансової звітності таким чином, щоб максимально полегшити вивчення відображених у них господарських взаємозв'язків.

Ефективність проведення аналізу залежить від застосування різних типів моделей, що дозволяють структурувати та ідентифікувати взаємозв'язок між показниками.

Оцінка фінансового стану підприємства в умовах ринкових відносин особливо важлива для вирішення конкуренції і фінансової стабільності, надійності підприємства як партнера. Значною мірою втрачає значення контроль виконання планів, які регламентують діяльність підприємств, зростає потреба в оцінці фінансового стану та аналізі ліквідності (платоспроможності) підприємств (табл. 1).

Таблиця 1. Оцінка платоспроможності підприємств

Показник	Характеристика	Рекомендовані показники
Коефіцієнт покриття	Погашає свої боргові зобов'язання за рахунок отриманого від операційної діяльності чистого грошового потоку та прибутку	1,5 – 2,0
Коефіцієнт швидкої ліквідності	Відношення високоліквідних поточних активів до короткострокових зобов'язань (поточних пасивів)	0,8 – 1,0
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	Спроможність підприємства негайно погасити свою короткотермінову кредиторську заборгованість	0,2 – 0,25

Аналіз платоспроможності відображає коефіцієнт покриття. Значення його характеризує очікувану платоспроможність за період, який дорівнює середній

тривалості одного обороту всіх його оборотних активів.

Коефіцієнт швидкої ліквідності характеризує очікувану платоспроможність та показує, наскільки

можливо буде погасити поточні зобов'язання, якщо становище стане дійсно критичним, при цьому виходять із припущення, що товарно-матеріальні запаси взагалі не мають ніякої ліквідаційної вартості. Для того, щоб правильно оцінити цей коефіцієнт, необхідно встановити якість цінних паперів і дебіторської заборгованості.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності відображає платоспроможність на дату складання балансу. Тобто характеризує ту частину короткотермінових фінансових зобов'язань підприємства, яка може бути сплачена за рахунок першокласних ліквідних активів (грошових коштів та їх еквівалентів).

Отримані коефіцієнти і показники необхідно порівняти із встановленими стандартними (оптимальними) критеріями, з даними за попередній період і аналогічними показниками на споріднених підприємствах або із середньогалузевими даними.

Зрозуміло, що аналіз фінансової звітності сприяє виявленню хиб, попередженню банкрутства, визначенню перспектив розвитку виробництва в умовах конкурентної боротьби.

Удосконалити регулювання бухгалтерського обліку дозволяє забезпечення доступу всіх зацікавлених користувачів до інформації та звітності, яка надає об'єктивну картину фінансового стану і результатів діяльності суб'єкта господарювання. Регулюванню з

боку держави підлягають аспекти бухгалтерського обліку, пов'язані із узагальненням інформації та складанням звітності, потрібної зовнішнім користувачам.

У результаті пошуку раціональних шляхів вдосконалення пропонуємо наступні загальні положення та методики аналізу.

Розробка програмного забезпечення аналізу дасть змогу керівництву підприємств проводити щомісячно вказаний аналіз та використовувати його результати для розробки обґрунтованих управлінських рішень.

Методи розрахунку показників балансової ліквідності, платоспроможності, та фінансової стабільності в методиках слід викласти більш детально та спрощено. Це дасть змогу надалі розробити спеціалізовану програму для використання комп'ютерної техніки в аналізі фінансового стану підприємства.

Сучасні тенденції розвитку бухгалтерської фінансової звітності передбачають посилення уваги до приміток і пояснень до бухгалтерської фінансової звітності, основною метою яких є розкриття, внесення коректив, уточнення і доповнення інформації, яка розкривається в основних звітних формах. Удосконалення приміток і пояснень повинно полягати в їх глибшому пов'язуванні з основними формами, що підвищить їх аналітичну цінність.

Список літератури

1. Гуменюк О. О. Удосконалення бухгалтерської фінансової звітності відповідно до потреб економічного аналізу [Електронний ресурс] / О. О. Гуменюк // Інноваційна економіка. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2010_4/113.pdf.
2. Катан Л. І. Удосконалення формування звітності про фінансові результати діяльності підприємства / Л. І. Катан. – [Електронний ресурс], 2010. – Дніпропетровськ. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>.
3. Кучеренко Т. Финансовая отчетность как составляющая экономических наук / Т. Кучеренко // Бухгалтерский учёт и аудит. – 2008. – № 9. – С. 21-29.
4. Лахтіонова Л. А. Фінансовий облік суб'єктів господарювання : монографія / Л. А. Лахтіонова. – К. : КНЕУ, 2008. – 387 с.
5. Стельмашук А. М. Методичне забезпечення аналізу і прогнозування показників бухгалтерської фінансової звітності [Електронний ресурс] / А. М. Стельмашук // Інноваційна економіка. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2011_2/86.pdf.
6. Тетерук І. В. Фінансова звітність підприємства як об'єкт економічного аналізу / І. В. Тетерук, О. А. Єлькіна // Матеріали сьомої всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційний потенціал української науки – XXI сторіччя» Інтеллект-портал. – 2012. – №1.
7. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України: підручник для студентів вищих навчальних закладів економічної спеціальності : 5-е вид., допов. і перероб. / Ткаченко Н. М. – К. : А. С. К., 2000. – 784 с.
8. Черниш С. С. Економічний аналіз : навч. посіб. / С. С. Черниш. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 312 с.

РЕЗЮМЕ

Зыгрий Ольга

Совершенствование методики анализа показателей бухгалтерской финансовой отчетности предприятий

Статья посвящена вопросам проведения анализа показателей бухгалтерской отчетности предприятия, которые позволяют получить достоверные финансовые показатели, раскрывают их значение и содержание, конкретные методические приемы.

RESUME

Zyhrij Olha

Perfection of methodology of analysis of indexes of accounting financial control of enterprises

The article considers the questions of realization of analysis of indexes of accounting control enterprises that allow to get reliable financial indexes, expose their value and maintenance, concrete methodical receptions.

Стаття надійшла до редакції 03.03.2013 р.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Досліджено особливості ведення обліку основних засобів за міжнародними стандартами. Обґрунтовано доцільність застосування міжнародних стандартів фінансової звітності як принципів ведення управлінського обліку основних засобів. Сформульовано основні переваги ведення обліку відповідно до вимог міжнародних стандартів.

Ключові слова: міжнародні стандарти фінансової звітності, основні засоби, вартість, переоцінка.

Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) в Україні була прийнята Кабінетом Міністрів ще в жовтні 2007 року. Метою Стратегії було визначено удосконалення системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в Україні з урахуванням вимог міжнародних стандартів та законодавства Європейського Союзу [3].

Одним з кроків упровадження Стратегії було прийняття змін до українського законодавства. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (стаття 121) визначає, що публічні акціонерні товариства, банки, страхові компанії, а також підприємства, які провадять господарську діяльність за видами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України, складають фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність за міжнародними стандартами.

Однак сфера застосування стандартів не звужується лише підприємствами, на які покладено обов'язок складання звітності за міжнародними стандартами. Принципи, закладені в міжнародні стандарти, дозволяють підприємствам інших організаційних форм і напрямів роботи вести якісно новий облік своєї діяльності. Застосування МСФЗ дозволяє під іншим кутом зору оцінити ефективність господарських процесів і сформулювати про них достовірну інформацію.

МСФЗ є важливим інструментом інформативного забезпечення інвестиційної діяльності, розробки та впровадження стратегічних інвестиційних рішень.

На жаль, на питання застосування МСФЗ в наукових дослідженнях звертається недостатньо уваги. Саме тому обрана тема дослідження є актуальною.

Проблемам застосування МСФЗ та гармонізації національних стандартів обліку відповідно до міжнародних присвятили дослідження С. Ф. Голова, Н. О. Голуб, В. М. Жук, В. Ф. Палій, Н. А. Пономарьова, Д. М. Трачова, Л. А. Сахно та інші.

Проведені дослідження комплексно розкривають питання призначення, складу, основних принципів МСФЗ. Однак слід визнати, що актуальними залишаються проблеми впровадження і застосування МСФЗ у вітчизняній практиці обліку, зокрема в обліку основних засобів.

Мета дослідження – вивчити особливості застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в обліку основних засобів. Завдання: 1) проаналізувати формування вартості основних засобів відповідно до МСФЗ; 2) дослідити метод обліку

основних засобів за справедливою вартістю МСФЗ; 3) визначити порядок обліку ремонтів та комплексних перевірок за МСФЗ.

Облік основних засобів регламентується МСФЗ (IAS) 16 «Основні засоби». Основні засоби, згідно зі стандартом, – це матеріальні об'єкти, які: а) утримують для використання у виробництві або постачанні товарів чи наданні послуг для надання в оренду або для адміністративних цілей; б) використовуватимуть, за очікуванням, протягом більше одного періоду. Собівартість об'єкта основних засобів містить:

а) ціни його придбання, разом із імпорними митами та невідшкодовуваними податками на придбання після вирахування торговельних та цінових знижок;

б) будь-яких витрат, які безпосередньо пов'язані з доставкою активу до місця розташування та приведення його в стан, необхідний для експлуатації у спосіб, визначений управлінським персоналом;

в) первісної попередньої оцінки витрат на демонтаж, переміщення об'єкта та відновлення території, на якій він розташований, зобов'язання, за якими суб'єкт господарювання бере або коли купує цей об'єкт, або коли використовує його протягом певного періоду з метою, яка відрізняється від виробництва запасів протягом цього періоду.

Прикладами безпосередньо пов'язаних витрат є:

а) витрати на виплати працівникам, які виникають безпосередньо від спорудження або придбання об'єкта основних засобів;

б) витрати на впорядкування території;

в) первісні витрати на доставку та розвантаження;

г) витрати на встановлення та монтаж;

г) витрати на перевірку відповідного функціонування активу після вирахування чистих надходжень від продажу будь-яких об'єктів під час доставки активу до теперішнього місця розташування та приведення в теперішній стан (наприклад, зразків, вироблених під час перевірки обладнання);

г) гонорари спеціалістам.

МСФЗ містить визначення основні види оцінки основних засобів та моделі обліку основних засобів (рисунок 1).

Собівартість (первісна вартість) – це сума сплачених грошових коштів чи їх еквівалентів або справедлива вартість іншої форми компенсації, наданої для отримання активу на час його придбання або створення або (якщо прийнятно) сума, яку розподіляють на цей актив при первісному визнанні згідно з конкретними

вимогами інших МСФЗ. Справедлива вартість – це сума, за якою можна обміняти актив або погасити заборгованість в операції між обізнаними, зацікавленими та незалежними сторонами. Балансова вартість – це сума, за якою актив визнають після вирахування будь-якої суми накопиченої амортизації та накопичених збитків від зменшення його корисності [1].

Підприємство може обрати одну з двох моделей обліку основних засобів, які пропонуються МСФЗ 16 «Основні засоби»: облік за первісною вартістю та облік за переоціненою вартістю. За першою моделлю основні засоби обліковують за собівартістю мінус будь-яка накопичена амортизація та будь-які накопичені збитки від зменшення корисності.



Рис. 1. Вартість основних засобів та моделі обліку за МСФЗ 16 “Основні засоби”

**Розроблено автором за [1].*

За другою моделлю проводять регулярні переоцінки основних засобів, корегуючи балансову вартість до справедливої. Критерієм визначення справедливої вартості є ринкова вартість об'єкта. Якщо переоцінюють об'єкт основних засобів, тоді весь клас основних засобів, до якого належить цей актив, слід переоцінювати.

Клас основних засобів – це група активів, однакових за характером і способом використання в діяльності суб'єкта господарювання. МСФЗ пропонують такі класи основних засобів: а) земля; б) земля та будівлі; в) машини та обладнання; г) кораблі; г) літаки; д) автомобілі; е) меблі та приладдя; є) офісне обладнання

[1].

Об'єкти, які входять до одного класу основних засобів, переоцінюються одночасно, щоб запобігти вибірковій переоцінці активів і включенню у фінансову звітність сум, у яких змішані витрати та вартості на різні дати.

Якщо балансова вартість активу змінилася в результаті переоцінки, збільшення або зменшення (уцінка) впливає на рахунок «Дооцінка» або «Резерв переоцінки», залишок по якому відображається у власному капіталі. Приклад проведення при виборі моделі дооцінки активів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1. Формування резерву дооцінки (за методом списання накопиченої амортизації)*

Рахунок/Показник	Дт	Кт
Початкові залишки на 1.01		
Основні засоби	600	
Накопичена амортизація		400
Балансова вартість основних засобів		200
Переоцінка на 31.12		
Справедлива вартість (ринкова)		700
Основні засоби (700-600)	100	
Накопичена амортизація	400	
Резерв переоцінки (700-200)		500

** Розроблено автором*

Переоцінка спричиняє застосування ще одного облікового механізму. Справа в тому, що на дооцінений за справедливою вартістю об'єкт основних засобів буде

нарахована більша амортизація, ніж до переоцінки. Відповідно, ця різниця буде створювати вид доходу у звіті про фінансовий стан (як резерв переоцінки в

капіталі), водночас він знизить резерв нерозподіленого прибутку.

МСФЗ 16 дозволяє дооцінку прямо перенести до нерозподіленого прибутку, коли припиняється визнання активу. Це може бути пов'язано з переносом усієї дооцінки, коли актив вибуває з використання або ліквідується. Проте можна переносити частину дооцінки, коли актив використовується суб'єктом господарювання, тобто в періоді використання, а не при

вибутті активу. У цьому випадку сума перенесеної дооцінки буде різницею між амортизацією, що базується на переоціненій балансовій вартості активу, та амортизацією, що базується на первісній вартості активу. Перенесення з дооцінки до нерозподіленого прибутку не здійснюється через прибуток або збиток. Приклад перенесення дооцінки до складу нерозподіленого прибутку наведено в таблиці 2.

Таблиця 2. Перенесення резерву при переоцінці до складу нерозподіленого прибутку*

Рахунок	Дт	Кт
Резерв переоцінки		500
Витрати на амортизацію за рік (до переоцінки)		100
Витрати на амортизацію за рік (після переоцінки)		120
<i>Списання резерву</i>		
Резерв переоцінки (120-100)	20	
Нерозподілений прибуток		20
Резерв переоцінки (після списання)		480

* Складено автором за даними [1].

Важливим аспектом обліку основних засобів є нарахування амортизації. Методи амортизації, які пропонує застосовувати МСФЗ 16, ті ж, що і в національних стандартах бухгалтерського обліку. Ці методи об'єднують прямолінійний метод, метод зменшення залишку та метод суми одиниць продукції. Суб'єкт господарювання обирає метод, який найкраще відображає очікувану форму споживання майбутніх економічних вигід, утілених в активі.

При амортизації об'єкта основного засобу МСФЗ дозволяє окремо проводити нарахування амортизації на частини такого об'єкта. Наприклад, будівля і ліфти. Термін корисного використання у будівлі – 50 років, а ліфти очікується замінити через 10 років. Тому

нарахування амортизації на ці два об'єкти будуть проводитися окремо.

Ще однією специфікою застосування МСФЗ 16 «Основні засоби» є внесення в балансову вартість об'єкта витрат на технічні огляди. Умовою подовження експлуатації об'єкта основних засобів (наприклад, автомобіля) може бути виконання регулярних основних технічних оглядів для виявлення несправностей, незалежно від того, чи замінюються частини об'єкта. Під час виконання значного огляду витрати на нього визнаються в балансовій вартості об'єкта основних засобів як заміна, якщо задовольняються критерії визнання.

Таблиця 3. Облік обов'язкових технічних оглядів та комплексних ремонтів відповідно до МСФЗ (IAS) 16 «Основні засоби»*

Показник	Сума
<i>Дані по рахунках на 31.12</i>	
Основний засіб первісна вартість (об'єкт)	100 000
Основний засіб первісна вартість (перевірка)	12 000
Накопичена амортизація (об'єкт)	20 000
Накопичена амортизація (перевірка)	10 000
Балансова вартість (об'єкт)	80 000
Балансова вартість (перевірка)	2000
<i>Проведення нової перевірки 1.01</i>	
Вартість нової перевірки	14 000
Балансова вартість (об'єкт)	80 000
Балансова вартість (перевірка) (2000+14000-2000)	14 000

* Складено автором на підставі [1].

Будь-яку балансову вартість витрат на попередній огляд (на відміну від матеріальних частин), яка залишається, визнавати припиняють. Облік капіталізованих витрат на технічний огляд відображено в таблиці 3. Такий підхід в обліку витрат на технічне обслуговування стосується суттєвих комплексних ремонтів, без проведення яких об'єкт не зможе повноцінно функціонувати і приносити економічні

вигоди. Що ж стосується поточних ремонтів, то згідно з МСФЗ 16 суб'єкт господарювання не визнає в балансовій вартості об'єкта основних засобів витрати на щоденне обслуговування об'єкта. Ці витрати слід визнавати в прибутку чи збитку, у тому періоді, коли вони понесені.

З огляду на проведені дослідження, можна зробити висновки про наступне: 1) МСФЗ 16 «Основні засоби» дозволяє здійснювати облік основних засобів за однією

з двох моделей: облік за первісною вартістю та облік за переоціненою вартістю. Облік за переоціненою вартістю є більш складним, оскільки вимагає регулярної переоцінки основних засобів з урахуванням їх справедливої (ринкової) вартості. При цьому формується резерв переоцінки, який відображається у складі капіталу; 2) переоцінка, як метод обліку, застосовується до всього класу основних засобів, а не вибірково лише до одного з об'єктів; 3) МСФЗ 16 регламентує нарахування амортизації здійснювати такими методами: прямолінійним методом, методом зменшення залишку та методом суми одиниць продукції; 4) застосування МСФЗ дозволяє витрати на капітальні ремонти основних засобів вносити до складу

основних засобів. Це є важливим, особливо для підприємств, які здійснюють суттєві капітальні ремонти основних засобів; 5) застосування МСФЗ в обліку основних засобів розширює можливості інформаційного забезпечення управлінських рішень, оскільки розкриває у звітності повну, достовірну та об'єктивну інформацію про стан необоротних активів.

Перспективою подальших досліджень є аналіз застосування в практиці інших міжнародних стандартів фінансової звітності, зокрема МСФЗ 40 «Інвестиційна нерухомість», який регламентує облік активів, призначених для використання в інвестиційній, а не в операційній діяльності.

Список літератури

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (IAS 16) «Основні засоби» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/929_014
2. Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>
3. Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/911-2007-%D1%80>
4. International Accounting Standard Board [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ifrs.org/Pages/default.aspx>.

РЕЗЮМЕ

Зима Юлия

Особенности использования международных стандартов финансовой отчетности в учете основных средств

Исследованы особенности ведения учета основных средств согласно международным стандартам. Аргументировано использование международных стандартов финансовой отчетности как принципов ведения управленческого учета основных средств.

RESUME

Zyma Yulia

Features of use of international financial reporting standards in fixed assets accounting

The features of asset accounting in accordance with international accounting standards are considered in the article. The use of international financial reporting standards as principles of management accounting, plant and equipment is proved by the author.

Стаття надійшла до редакції 18.02.2013 р.

АУДИТОРСКАЯ ОЦЕНКА ПОДХОДА УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА К ОТДЕЛЬНЫМ ЭЛЕМЕНТАМ КОНЦЕПЦИИ СУЩЕСТВЕННОСТИ

На основе анализа отдельных элементов концепции существенности в процедурах бухгалтерского учета предлагается анкета для комплексной аудиторской оценки подхода управленческого персонала к существенности.

Ключевые слова: аудит, существенность, элементы концепции существенности, оценка, бухгалтерский учет.

Современное состояние аудита определяет необходимость проведения глубоких реформ профессии, что подчеркивается на международном уровне. Так Европейская Комиссия в [1] указывает, что на рынке аудиторских услуг существует т.н. олигополия компаний «Большой четверки» (Deloitte, Ernst & Young, KPMG и PwC), создавая системный риск, связанный с возможными конфликтами интересов и вопросами независимости аудиторов, сомнениями в достоверности финансовой отчетности. Эти вопросы стали наиболее актуальными в условиях глобального экономического кризиса, при этом в СМИ достаточно часто уделяется внимание промахам аудита (например, Anglo Irish Bank, BAE Systems, Lehman, Satyam и Olympus). По мнению Европейской Комиссии, это свидетельствует о том, что аудит не работает так, как надлежит и значительно подорвал доверие к аудиторам.

Недостатки аудита подчеркиваются также и американской ПСАОВ, чей Совет по надзору за учетом в публичных компаниях опубликовал результаты проверок аудиторских компаний Deloitte, Ernst & Young, KPMG и PwC за 2010 год [2]. К наиболее характерным выявленным недостаткам регулятор отнес:

- проблемы с идентификацией и исправлением выявленных искажений;
- отсутствие достаточных аудиторских доказательств, подтверждающих аудиторское мнение;
- недостаточный уровень профессионального скептицизма: аудиторы легко соглашались с менеджерами предприятий там, где требуется проявить аудиторское суждение по принципиально важным вопросам;
- недостаточный уровень систем внутреннего контроля аудиторских компаний;
- большое количество недочетов, связанных с тестированием справедливой стоимости;
- недостаточное понимание аудиторами использованных управленческим персоналом методов оценки и сделанных допущений;
- отдельные недостатки, связанные с анализом систем внутреннего контроля, инвентаризацией, оценкой величины обесценения, признанием выручки и т. д. [3].

Аналогичные проблемы свойственны также и отечественному рынку аудита, в котором назрела необходимость глубоких реформ.

Существенность была и продолжает быть важнейшей концепцией в аудите, в связи с чем реформы аудита должны способствовать уточнению ее роли в этой системе.

В «Зеленом документе» Европейская Комиссия указала, что обязательный аудит эволюционировал от детального подтверждения дохода, расходов, активов и обязательств к подходу, основанному на оценке рисков. Аудиторы снижают аудиторский риск посредством различных процедур, в том числе определения рисков компании, оценки соответствующих методов внутреннего контроля, тестов образцов, получение непосредственного подтверждения от третьих лиц, обсуждения с руководством и т.д. Определение уровня, с которого неправильное представление информации может считаться существенным, является ключевым этапом в этом процессе [4].

Таким образом, проблема научного обоснования методики применения концепции существенности в аудите приобретает особую актуальность, чем и обусловлен выбор темы настоящего исследования.

Раскрытию отдельных вопросов существенности в учете и аудите посвящены работы отечественных и зарубежных экономистов: Р. Адамса, А. Аренса, Н. Т. Белухи, С. Н. Бычковой, Теренса Бу-Пеоу, Ф. Ф. Бутынца, Н. И. Дорош, Дж. Лоббека, Марка Нелсона, Зо-Вонна Палмроуз, Е. А. Петрик, А. Ю. Редько, Дж. Робертсона, Стивена Смита, Я.В. Соколова, Б. Ф. Усача и др. В научных работах в большей мере внимание уделяется вопросу определения существенности, как аудиторской концепции (Т. Г. Адарова, П. П. Баранов, Н. С. Чопчян), ее взаимосвязи с аудиторским риском (К. Г. Турцевич), и, в меньшей мере – проблематике применения концепции существенности в финансовой отчетности (М. С. Рыбьянцева). Однако системно концепция существенности в процедурах бухгалтерского учета и составления отчетности недостаточно исследована.

Целью настоящей статьи является описание методики комплексной аудиторской оценки подхода управленческого персонала к отдельным элементам концепции существенности в процедурах бухгалтерского учета.

Международный стандарт аудита (МСА) 320 указывает на то, что определение аудитором существенности является предметом его профессионального суждения и учитывает его восприятие финансовых информационных потребностей пользователей финансовых отчетов [5].

В научном исследовании «Обзор и интеграция эмпирических исследований существенности: два десятилетия спустя», представлены результаты долгосрочного анализа различных аспектов, связанных с применением концепции существенности в аудите. В

рамках анализа различных исследований представлены результаты опросов, проведенных среди таких категорий, как руководители (партнеры) аудиторских фирм, аудиторы, пользователи, менеджеры компаний, научные работники, пользователи финансовой отчетности, регуляторы, юристы.

В исследовании обобщалась информация, полученная из:

- руководств, внутренних стандартов, пособий по аудиту;
- рабочих документов;
- финансовой отчетности;
- аудиторских отчетов;
- судебной практики;
- биржевых данных.

К важнейшим выводам по результатам исследования необходимо отнести следующее:

- пользователи финансовой отчетности продемонстрировали более низкие пороги существенности, чем управленческий персонал компаний или аудиторы;
- не существует общего подхода к существенности между управленческим персоналом компаний и аудиторами;
- аудиторские суждения о существенности находятся между суждениями управленческого персонала и пользователей;
- различия в суждениях о существенности наблюдаются как у аудиторов разных больших аудиторских фирм, так и среди аудиторов одной аудиторской фирмы;
- обоснованным является согласование критериев существенности с комитетом по аудиту.

Вопрос различий в решениях относительно существенности неоднократно возникал на уровне регуляторов, а также в судебной практике, связанной с отдельными аудиторскими компаниями. В качестве примера может быть представлено решение аудиторской фирмы Артур Андерсен (Arthur Andersen), установившей порог существенности при аудите Enron в размере 51 млн. долл. США, основываясь на среднегодовом доходе.

Такие различия в решениях о существенности определяют необходимость в создании общих подходов к регулированию порядка применения отдельных аспектов концепции существенности в аудите.

Исследованные нами стандарты бухгалтерского учета и аудита воздерживаются от каких-либо руководящих принципов для определения существенности. Как правило, все решения, связанные с применением концепции существенности в учете и аудите, стандарты относят к сфере профессионального суждения управленческого персонала и аудитора, что не способствует минимизации различий к подходу управленческого персонала, аудитора и пользователей финансовой отчетности [6, с. 166-172].

С практической точки зрения, в настоящий момент используются различные модели принятия решений, связанные с существенностью. Так, с точки зрения количественного аспекта концепции существенности, чаще всего применяются различные методики определения последней с использованием контрольного (базового) показателя и процента к нему. Кроме них, применяется т.н. правило «пяти процентов», а также более сложные методики, учитывающие, например, обороты предприятия.

Отдельные ученые считают, что само определение

существенности информации: «информация является существенной, если ее пропуск или искажение может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности» требует от аудитора не простого применения порога существенности, а разработки научно обоснованного подхода в каждом конкретном случае. В обоснование указанного подхода его сторонники приводят требование, согласно которому аудитор должен определить с помощью различных методов, какая сумма может влиять на решения пользователей финансовой отчетности, и разнообразие этих методов обосновывается различными отношениями пользователей финансовой отчетности.

Важнейшим элементом планирования и выполнения аудиторской проверки является исследование процедур применения отдельных элементов концепции существенности в бухгалтерском учете. Подчеркнем ее значительную роль в процедурах бухгалтерского учета и подготовки достоверной финансовой отчетности, при этом важным элементом финансовой отчетности является раскрытие подхода управленческого персонала предприятия к применению элементов концепции существенности, поскольку такой подход основан, в главных аспектах, на профессиональном суждении.

К наиболее важным элементам концепции существенности в процедурах бухгалтерского учета отнесем:

- выбор формы бухгалтерского учета и финансовой отчетности;
- выбор метода и степени округления для процедур бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности;
- определение порядка признания объектов учета несущественными, к которым не применяются требования бухгалтерских стандартов;
- выполнение отдельных требований законодательства и бухгалтерских стандартов, связанных с существенностью;
- агрегирование и дезагрегирование;
- раскрытие количественно незначительной (неколичественной) информации, которая может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности;
- раскрытие существенной нефинансовой (экологической, социальной и управленческой) информации;
- исправление ошибок предыдущих периодов;
- раскрытие элементов учетной политики, связанных с применением концепции существенности.

Анализ исследованных научных источников и иной информации позволяет сделать следующий вывод. Безусловно, в своей практической деятельности аудиторы исследуют отдельные вышеуказанные элементы концепции существенности в процедурах бухгалтерского учета. Однако, до настоящего момента не было предложено комплексной реализации концепции существенности в процедурах бухгалтерского учета, а также не было представлено нормативных требований в отношении раскрытия подхода управленческого персонала к отдельным элементам концепции существенности, в связи с чем актуальным является вопрос реализации аудиторских процедур оценки такого подхода управленческого персонала.

Для целей оценки подхода управленческого

персонала к отдельным элементам концепции проверки. Исследуемые вопросы и перечень существенности оптимально применить тест в виде предлагаемых вопросов анкеты представлены в анкеты, составляемой на протяжении всей аудиторской таблице 1.

Таблица 1. Основные элементы концепции существенности в процедурах бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности

Элемент концепции существенности	Исследуемый вопрос	Вопросы анкеты
1	2	3
Выбор формы бухгалтерского учета и финансовой отчетности	Соответствует ли выбранная форма бухгалтерского учета и финансовой отчетности требованиям МСФО, действующему национальному законодательству, а также реалиям хозяйственной деятельности предприятия?	<ul style="list-style-type: none"> – учтены ли критерии, установленные МСФО и национальным законодательством при выборе формы бухгалтерского учета и отчетности; – учтены ли последствия применения формы бухгалтерского учета и финансовой отчетности, предусмотренной для предприятий МСБ
Выбор метода и степени округления для процедур бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности	Соответствует ли выбранный для процедур бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности метод и степень округления национальному законодательству и иным требованиям и не будет ли упущена существенная информация в связи с примененным методом и степенью округления?	<ul style="list-style-type: none"> – учтены ли требования национального законодательства при выборе метода и степени округления – является ли оптимальным с точки зрения пользователей финансовой отчетности выбранный метод и степень округления; – не упущена ли какая-либо существенная информация из-за применения выбранной степени округления; – раскрыта ли в примечаниях к финансовой отчетности отдельная существенная информация, которая не включена в формы финансовых отчетов из-за применения выбранной степени округления; – учтено ли воздействие кумулятивного эффекта, связанного с применением округления.
Определение порядка признания объектов учета несущественными, к которым не применяются требования бухгалтерских стандартов	Обоснован ли подход управленческого персонала к признанию объектов учета несущественными?	<ul style="list-style-type: none"> – использует ли управленческий персонал предусмотренную МСФО возможность неприменения их требований к несущественным объектам учета; – учитывается ли как размер, так и характер объектов учета при принятии решения об отнесении их к существенным/ несущественным; – учтено ли возможное воздействие кумулятивного эффекта, при котором изначально признанные несущественные объекты накапливаются и достигают существенного значения
Выполнение отдельных требований законодательства и бухгалтерских стандартов, связанных с существенностью	Выполнены ли отдельные требования законодательства и бухгалтерских стандартов, связанные с существенностью?	<ul style="list-style-type: none"> – применяются ли пороги существенности, если они установлены требованиями национального законодательства; – каков порядок выбора и установления порогов существенности для отдельных объектов учета; – исполняются ли требования отдельных МСФО, связанные с применением концепции существенности.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Агрегирование и деагрегирование	Позволяют ли выполненные управленческим персоналом процедуры агрегирования и деагрегирования обеспечить более качественную финансовую отчетность?	<ul style="list-style-type: none"> – каким образом установлен порядок разделения статей на существенные и несущественные; – каким образом учтены характер и функция статьи в процедурах агрегирования и деагрегирования; – каким образом произведено присоединение несущественных статей к иным существенным статьям или их объединение в одну статью; – раскрыта ли в примечаниях к финансовой отчетности информация об отдельных составляющих агрегированных в финансовой отчетности статей; – не допущен ли эффект «замусоривания» информации.
Раскрытие количественно незначительной (неколичественной) информации, которая может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности	Раскрыта ли количественно незначительная и неколичественная информация, которая может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности?	<ul style="list-style-type: none"> – раскрыта ли информация, дополняющая иную существенную информацию и способствующая ее более полному пониманию; – раскрыта ли информация о штрафных, финансовых, административных санкциях; – раскрыта ли информация о выплатах управленческому персоналу; – раскрыта ли информация о выходе на новые рынки (должны быть раскрыты, например, даже незначительные доходы); – раскрыта ли информация о новых сегментах; – раскрыта ли информация о стоимости имущества, переданного в залог; – раскрыта ли информация о финансовых последствиях событий после даты баланса; – раскрыта ли нефинансовая информация, такая как: факт передачи активов в залог (обеспечение), информация о судебных тяжбах, информация о динамике кадровых ресурсов; – раскрыта ли иная существенная количественно незначительная и неколичественная информация.
Раскрытие существенной нефинансовой (экологической, социальной и управленческой) информации	Раскрыта ли должным образом существенная нефинансовая (экологическая, социальная и управленческая) информация?	<ul style="list-style-type: none"> – установлены ли правила раскрытия существенной нефинансовой информации национальным законодательством; – соблюдаются ли установленные правила раскрытия существенной нефинансовой информации; – не допущен ли эффект «замусоривания» информации; – не противоречит ли существенная нефинансовая информация показателям финансовой отчетности.

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Исправление ошибок предыдущих периодов	Исправлены ли существенные ошибки предыдущих периодов?	<ul style="list-style-type: none"> – являются ли выявленные ошибки предыдущих периодов количественно существенными; – установлена ли причина допущения существенно ошибки; – оценено ли влияние неисправленного искажения вследствие допущенной в прошлом ошибки информации на текущее раскрытие и решения пользователей финансовой отчетности; – оценена ли ошибка на сопоставимость и последовательность; – правильно ли исправлена ошибка в финансовой отчетности и бухгалтерском учете.
Раскрытие элементов учетной политики, связанных с применением концепции существенности	Раскрыты ли должным образом элементы учетной политики, связанные с применением концепции существенности?	<ul style="list-style-type: none"> – принята ли учетная политика, связанная с отдельными элементами концепции существенности; – применяется ли последовательно учетная политика, связанная с отдельными элементами концепции существенности; – раскрыта ли информация, связанная с выбором формы бухгалтерского учета и финансовой отчетности; – раскрыта ли информация, связанная с выбором метода и степени округления для процедур бухгалтерского учета и подготовки финансовой отчетности; – раскрыта ли информация, связанная с определением порядка признания объектов учета несущественными, к которым не применяются требования отдельных МСФО; – раскрыта ли информация, связанная с выполнением отдельных требований законодательства и бухгалтерских стандартов, связанных с существенностью; – раскрыта ли информация, связанная с применением агрегирования и дезагрегирования; – раскрыта ли информация, связанная с выявлением количественно незначительной и дополняющей нефинансовой информации, которая может повлиять на экономические решения пользователей финансовой отчетности; – раскрыта ли информация, связанная с порядком раскрытия существенной нефинансовой (экологической, социальной и управленческой) информации; – раскрыта ли информация, связанная с выявлением, классификацией и исправлением существенных ошибок.

Положительные ответы на вопросы анкеты будут свидетельствовать об удовлетворительном подходе управленческого персонала к элементам концепции существенности.

Концепция существенности играет более важную

роль в системе подготовки финансовой отчетности и ее аудите, нежели предписанная ей Концептуальной основой подготовки финансовой отчетности и Международными стандартами аудита.

Взаимосвязь учетного и аудиторского подходов в

применении этой важнейшей концепции обеспечит отчетов, что является залогом обеспечения достоверной высококачественный уровень подготовки финансовых информацией для принятия управленческих решений.

Список литературы

1. Реформування ринку аудиторських послуг – Питання, які часто задають, Европейская комиссия, MEMO/11/856 Брюссель, 30 листопада 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/internal_market/auditing/reform/index_en.htm.
2. Inspections [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psaobus.org/Inspections/Pages/default.aspx>.
3. E&Y Also Sees Jump in Audit Failures in Latest Report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.complianceweek.com/ey-also-sees-jump-in-audit-failures-in-latest-report/article/220602/>.
4. Зелений документ «Аудиторская политика: уроки кризиса», Европейская Комиссия, Брюссель, 13.10.2010 г. COM (2010) 561 окончательная версия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ec.europa.eu/internal_market/auditing.
5. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики. – К.: ТОВ «ІАМЦ АУ «СТАТУС», 2011. – 1014 с.
6. Кулагин А. А. Концепция существенности в учете и ее взаимосвязь с аудиторскими процедурами / А. А. Кулагин // Збірник наукових праць. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». Луцький національний технічний університет. Випуск 7(25) – Ч.2 – Луцьк, 2010. – С. 166-172.

РЕЗЮМЕ

Кулагін Олександр

Аудиторська оцінка підходу управлінського персоналу до окремих елементів концепції суттєвості

На основі аналізу окремих елементів концепції суттєвості в процедурах бухгалтерського обліку пропонується анкета для комплексної аудиторської оцінки підходу управлінського персоналу до суттєвості.

RESUME

Kulagin Olexandr

Audit assessment of the approach to the management personnel for the individual elements of the concept of materiality

Based on the analysis of individual elements of the concept of materiality in accounting procedures there has been proposed the application of a comprehensive audit assessment management approach to materiality.

Стаття надійшла до редакції 27.02.2013 р.

ОЦІНКА МАТЕРІАЛЬНИХ ЗАПАСІВ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ТА ЗАРУБІЖНІЙ СИСТЕМАХ ОБЛІКУ

Розглянуто теоретичні основи оцінки матеріальних запасів на підприємствах целюлозно-паперової промисловості. Здійснено порівняльний аналіз оцінки матеріальних запасів відповідно до вітчизняної та зарубіжної систем обліку.

Ключові слова: матеріальні запаси, оцінка, методи оцінки, целюлозно-паперова промисловість.

Сучасні ринкові відносини зумовлюють формування нових підходів до системи управління фінансово-господарською діяльністю суб'єктів господарювання. Важливе місце у цій системі посідає управління матеріальними запасами, що передбачає створення якісно нової системи управління ними, у якій визначну роль відіграє система аналітичного обліку. У зв'язку з цим питання удосконалення обліку матеріальних запасів, їх оцінки і документального оформлення набувають актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок в теоретичну розробку проблем оцінки матеріальних запасів зробили вітчизняні вчені Ф. Ф. Бутинець, М. В. Кужельний, А. М. Кузьминський, В. Г. Лінник, Г. Г. Німчинов, Ю. І. Осадчий, М. С. Пушкар, В. Я. Савченко, В. В. Сопко, Н. М. Ткаченко, М. Г. Чумаченко, а також зарубіжні П. С. Безруких, С. О. Марченко, А. Ш. Маргуліс, В. Ф. Палій, Я. В. Соколов, та інші. Особливості галузевої специфіки обліку на підприємствах целюлозно-паперової промисловості досліджувалися вітчизняними та зарубіжними науковцями, такими, як Бідюк О. О., Конков В. І., Муруєва І. К. та ін. Тому низка важливих не лише практичних, а й теоретичних проблем щодо обліку матеріальних запасів, зокрема їх оцінки, потребує подальших досліджень і наукових розробок.

Вимагають удосконалення: оцінка матеріальних запасів, система їх документального оформлення на підприємствах целюлозно-паперової промисловості, використання засобів автоматизації в обліковому процесі цих активів.

Метою статті є удосконалення системи оцінки матеріальних запасів на підприємствах целюлозно-паперової промисловості. Для досягнення мети дослідження поставлені такі завдання:

- розглянути економічну сутність оцінки матеріальних запасів;
- проаналізувати вітчизняний та зарубіжний досвід оцінки запасів;
- обґрунтувати найбільш ефективний метод оцінки матеріальних запасів, з урахуванням галузевих особливостей.

Господарська діяльність з точки зору бухгалтерського обліку є певною сукупністю

господарських операцій, здійснених упродовж звітного періоду.

У бухгалтерському обліку відбувається групування операцій з метою їх відображення в рахунках. Такий процес можливий завдяки вартісному вимірюванню, тобто оцінюванню як об'єктів бухгалтерського обліку, так і змін, які відбуваються з ними в результаті господарських операцій.

Оцінка є основним методологічним прийомом бухгалтерського обліку. За допомогою неї забезпечується вартісний вимір та узагальнення фактів господарської діяльності підприємства. Оцінка дає можливість визначити рівень економічної ефективності управлінських рішень щодо капіталовкладень у поточні чи довгострокові (необоротні) активи. Правильність вибору оцінки суттєво впливає на діяльність підприємства, його фінансову стійкість та ліквідність [10].

За висловом Я. В. Соколова, оцінка є серцем методології бухгалтерського обліку [14, с. 364]. Від того, наскільки правильно обраний спосіб оцінки об'єктів бухгалтерського обліку, залежить достовірність фінансової звітності й обґрунтованість управлінських рішень на підприємстві [9, с. 5].

Оцінка матеріальних запасів – одна з найцікавіших і широко обговорюваних проблем бухгалтерського обліку. Вона передбачає групування витрат на придбання та виготовлення запасів і визначення загальної суми затрат, яка при наступному вибутті запасів вноситься до собівартості продукції (робіт, послуг). Оцінка матеріальних запасів, які утримуються підприємством на кінець певного звітного періоду, має суттєве значення для правильного відображення відповідних об'єктів обліку у фінансовій звітності целюлозно-паперового підприємства. Крім цього, оцінка запасів при їх вибутті пов'язана з формуванням та відображенням прибутку (збитку) у звіті про фінансові результати.

В економічній літературі оцінка розглядається як елемент методу бухгалтерського обліку або як процес чи умова. Часто в економічній літературі не дається визначення оцінки як категорії, а формується думка щодо її методів та переваг і недоліків їх використання (табл. 1).

Таблиця 1. Підходи до визначення терміну «оцінка» в економічній літературі

Автор, джерело	Визначення
С. Ф. Голов, В. М. Костюченко [6, с. 189]	Первісною оцінкою придбаних або вироблених запасів є їх собівартість... Незалежно від системи обліку запасів на практиці виникає проблема оцінки видатку запасів, оскільки собівартість їх надходження (придбання, виробництво) в різних періодах – різна.
В. К. Орлова, В. І. Савич, Л. А. Костецька та ін. [2, с. 112]	Для визначення вартості запасів використовують такі методи оцінки: 1. Історична собівартість. 2. Поточна собівартість. 3. Вартість реалізації.
Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Р. О. Мельник [8, с. 90]	При відпуску запасів у виробництво, продажу та іншому вибутті згідно з П(С)БО 9 їх оцінка здійснюється за одним з таких методів: – ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів; – середньозваженої собівартості; – собівартості перших за часом надходження запасів (ФІФО); – ціни продажу.
Н. М. Ткаченко [15]	Оцінка запасів безпосередньо пов'язана з визначенням вартості продукції. У бухгалтерському обліку оцінка запасів можлива за різною вартістю.
Ф. Ф. Бутинець, М. В. Кужельний, Ю. І. Осадчий та ін. [4, с. 193]	Оцінка запасів є важливою передумовою організації обліку цієї ділянки, адже вона впливає на точність фінансових результатів підприємства. Оцінку запасів за їх окремими видами слід розглядати на наступних етапах їх руху: при надходження запасів; при вибутті запасів; на дату складання звітності.

Прийнятною для сучасних умов є позиція П. П. Німчинова, який вважав, що «грошова оцінка є умовою, за наявності якої бухгалтерський облік може здійснюватися і виконує функцію не методу, а загального вимірника коштів...» [12, с. 133].

В П(С)БО 9 «Запаси» не дається визначення їх оцінки, проте достатньо детально описуються методи їх списання у виробництво, що базуються на використанні міжнародного досвіду.

Як зазначають вітчизняні, англійські й американські науковці [5; 11; 16], існує декілька методів оцінки, які

можна використовувати для відображення окремих видів запасів у системі бухгалтерського обліку та фінансовій звітності. Запаси оцінюються за первісною вартістю, якою в одному випадку є собівартість запасів, а в іншому – виробнича собівартість. Матеріали можуть надходити за плату, бути виготовлені власними силами, можуть бути отримані безкоштовно, також можуть надійти як внесок до статутного капіталу від учасників чи засновників, можуть бути обміняні на подібні чи на неподібні матеріали (рис. 1).



Рис. 1. Оцінка запасів на підприємствах целюлозно-паперової галузі при надходженні

На окремих підприємствах досліджуваної галузі для поточної оцінки руху матеріальних запасів протягом визначеного періоду використовують облікові ціни. Вони визначаються як середня зважена величина фактичної заготівельної собівартості за тривалий минулий період або як планово-заготівельна собівартість, що визначається на основі договірних цін і запланованого розміру транспортно-заготівельних витрат.

Щоб визначити розмір таких витрат, спочатку визначають середній їх відсоток, який розраховується за формулою 1:

$$СВ = (ТЗВп + ТЗВз) / (ЗЗп + ПЗз) \cdot 100 \quad (1)$$

де ТЗВп, ТЗВз – сума транспортно-заготівельних витрат відповідно на початок періоду та за звітний період загалом; ЗЗп – залишок запасів на початок періоду за обліковими цінами; ПЗз – придбані запаси протягом звітного періоду за обліковими цінами.

Суму транспортно-заготівельних витрат, що належать до витрачених запасів за звітний період, розраховують за формулою 2:

де СВ – середній відсоток ТЗВ;
ВЗз – вартість витрачених запасів упродовж звітного періоду за обліковими цінами [7, с. 88–98].

Облікові ціни на рівні договірних цін на досліджуваних підприємствах використовуються, як правило, з метою конкурентоспроможності та результативності діяльності целюлозно-паперової промисловості.

Підприємства нерідко мають певні труднощі при вирішенні питань щодо оцінки вартості списання запасів і віднесення їх на собівартість реалізованих товарів, якщо однакові товари обліковуються за різною первісною вартістю. Ураховуючи таку ситуацію, вважаємо, що необхідно дотримуватися одного методу для визначення собівартості запасів, які підлягають списанню.

У П(С)БО 9 «Запаси» пропонуються можливі методи оцінки запасів при їх вибутті (рис. 2). Розглянемо ці методи оцінки детальніше з метою встановлення найефективніших їх видів для досліджуваних підприємств.

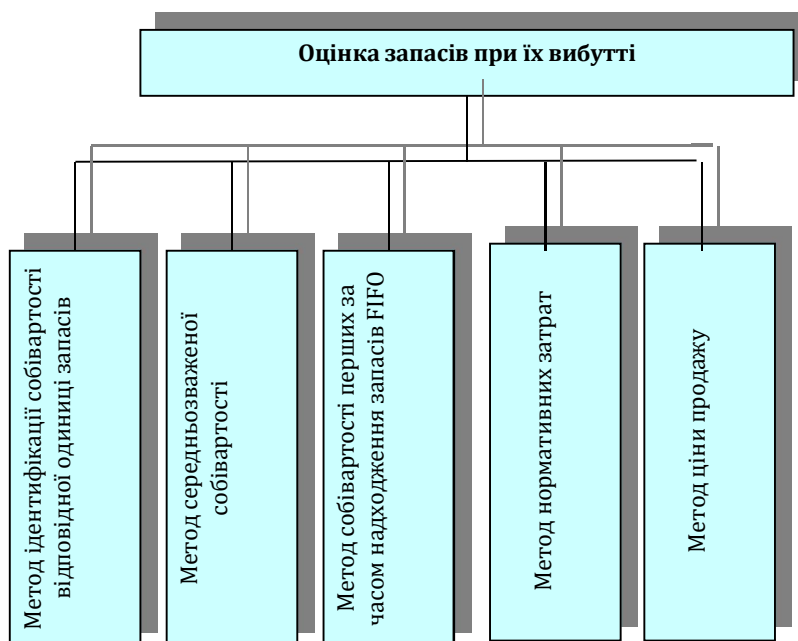


Рис. 2. Оцінка запасів при їх вибутті

Метод ідентифікованої собівартості застосовується у випадках виконання спеціальних замовлень і проектів, а також при невеликій номенклатурі запасів на підприємствах.

Метод середньозваженої собівартості проводиться за кожною одиницею запасів та передбачає розрахунок їх вартості, виходячи із середніх цін. Згідно з П(С)БО 9 «Запаси» середньозважена собівартість визначається діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці на сумарну їх кількість на початок звітного місяця і отриманих у звітному місяці запасів [13].

На собівартість запасів, розраховану методом середньозваженої собівартості, буде впливати їх придбання в кінці звітного періоду (місяця) за вищою ціною, ніж була на початку звітного періоду. За рахунок

питомої ваги таких запасів у загальній вартості запасів підприємства середньозважена ціна їх одиниці буде вищою, а собівартість реалізованих запасів відповідно збільшиться.

Оцінка запасів за методом FIFO базується на припущенні, що запаси використовуються у тій послідовності, у якій вони надійшли на підприємство. Тобто запаси, які відпускаються у виробництво чи на продаж першими, оцінюються (у виробництві) за вартістю матеріалів, котрі першими надійшли на підприємство, а матеріали, що використовуються останніми, оцінюються за вартістю останніх за часом надходження матеріалів. Цей метод простий, систематичний і об'єктивний, що відповідає вимогам GAAP, а також запобігає маніпулюванню даними в бік штучного збільшення чи зменшення вартості запасів,

унеможлижуючи корегування прибутку, та забезпечує відображення у балансі запасів за вартістю, яка приблизно відповідає поточній.

Оцінка запасів за нормативними затратами полягає у застосуванні норм витрат на одиницю продукції, встановлених підприємством з урахуванням чинних нормативів їх використання, витрат праці, засобів праці та фактичних цін. Щоб максимально наблизити нормативні затрати до фактичних норм, ціни повинні регулярно перевірятися і переглядатися. Такий метод оцінки матеріальних ресурсів на практиці використовується доволі рідко.

С. Ф. Голов зазначає, що «оцінка за цінами реалізації застосовується підприємствами торгівлі з використанням середнього процента торговельної націнки товарів» [3, с. 208]. Цей метод використовується на підприємствах, де є значна і змішана номенклатура товарів з приблизно однаковим рівнем торговельної

націнки.

Також проводиться оцінка запасів на дату складання балансу. У Стандарті 9 «Запаси» наголошено на необхідності відображення в балансі запасів за найменшою з двох оцінок – первісною вартістю або чистою вартістю реалізації.

Чиста вартість реалізації – це сума, яку очікується отримати при реалізації запасів в умовах звичайної діяльності за вирахуванням ймовірних витрат на завершення виробництва запасів і їх реалізацію.

Інакше кажучи, чиста вартість реалізації відповідає ринковій вартості запасів за мінусом витрат, яких підприємство зазнає під час підготовки до реалізації і реалізації безпосередньо.

У табл. 2 узагальнено підходи до оцінки запасів при їх вибутті досліджуваними підприємствами целюлозно-паперової промисловості України.

Таблиця 2. Методи оцінки запасів, що використовуються на підприємствах целюлозно-паперової промисловості України

Підприємство	Методи оцінки				
	FIFO	Середньо-зваженої собівартості	Ідентифікованої собівартості	Нормативних затрат	Ціни продажу
ВАТ «Київський КПК»	-	+	+	+	-
ВАТ «Корюківська ФТП»	+	+	-	+	-
ВАТ «Жидачівський ЦПК»	+	+	-	+	-
ВАТ «Дніпропетровська ПФ»	-	+	-	+	-
ВАТ «Малинська ПФ»	+	+	-	-	-
ВАТ «Ізмаїльський ЦКК»	+	+	-	+	-
ВАТ «Львівкартонпласт»	+	+	-	+	-
ВАТ «Понінківський КПК»	+	-	-	-	+
ВАТ «Рубіжанський КТК»	-	-	+	-	-

Умовні позначення:

+ використовується

- не використовується

Дані таблиці 2 свідчать, що окремі підприємства використовують різні методи оцінки одночасно. Це пояснюється наявністю специфічних особливостей матеріальних запасів, що використовуються в целюлозно-паперовій промисловості, та підходом до їх класифікації.

На ВАТ «Понінківський картонно-паперовий комбінат» встановлено такі методи оцінки вибуття запасів: при відпуску запасів у виробництво – метод FIFO; при відпуску запасів у реалізацію – метод ціни продажу.

При відпуску запасів у виробництво, для продажу та іншому вибутті їх оцінка на ВАТ «Малинська паперова фабрика» здійснюється за методом FIFO, готової продукції – за методом середньозваженої собівартості.

Сировина, матеріали, власні та покупні напівфабрикати й інші матеріали на ВАТ «Рубіжанський картонно-тарний комбінат» списуються за методом ідентифікованої собівартості відповідної одиниці запасів, готова продукція, товари на складі – також за методом ідентифікованої собівартості.

Так на ВАТ «Жидачівський целюлозно-паперовий комбінат» матеріальні запаси поділяються на три групи (відповідно до місць зберігання запасів):

- сировина і покупні напівфабрикати;
- готова продукція, напівфабрикати власного виробництва;

– допоміжні матеріали, МШП, товари, запчастини.

Запаси першої групи обліковуються за середньозваженими цінами.

У напівфабрикатних цехах виробляють продукцію, яка може використовуватись для подальшого виробництва або ж для реалізації. Списання напівфабрикатів здійснюється за методом FIFO, готова продукція – за середньозваженими цінами. Допоміжні матеріали, МШП, товари, запчастини на ВАТ «Жидачівський целюлозно-паперовий комбінат» обліковують за середньозваженими цінами.

Доцільно для готової продукції та напівфабрикатів власного виробництва використовувати один метод оцінки, оскільки ці запаси на ВАТ «Жидачівський целюлозно-паперовий комбінат» об'єднано в одну групу.

Проведений аналіз оцінки вибуття матеріальних запасів дав змогу зробити висновок про те, що для всіх видів запасів, які мають однакове призначення та однакові умови використання, доцільно застосовувати тільки один з наведених вище методів, а саме – середньозваженої собівартості. Такий метод дає можливість оптимізувати матеріальні запаси.

Формування ефективної організації та методики фінансового обліку запасів у сучасних умовах охоплює широке коло питань, які стосуються трансформації обліку до вимог міжнародних стандартів, вироблення

досконалих механізмів і важелів облікової політики, здатної вирішувати проблемні аспекти методологічного характеру, удосконалення інформаційної системи управління запасами та ін.

Згідно з Міжнародним стандартом IAS-2 «Запаси» товарно-матеріальні запаси повинні відображатися за найменшою з двох оцінок: за собівартістю або за ринковою ціною. При цьому собівартість є основною вихідною базою оцінки запасів. Цим Стандартом визначена методика обчислення собівартості матеріальних запасів.

Собівартість товарно-матеріальних цінностей залежить від великої кількості різноманітних чинників. Основними з них є зміна цін транспортних тарифів, тривалість надходжень на склади, у виробничі підрозділи (цехи) та ін. При великих номенклатурах і

складних технологічних циклах доволі важко достовірно виміряти дійсну собівартість цінностей, які перебувають на зберіганні, в обробці та у відправці.

Серед методів оцінки вартості матеріально-виробничих запасів, які залишились на балансі підприємства, а також списаних на витрати в результаті споживання, використання або продажу, міжнародним стандартом IAS-2 передбачено такі методи оцінки запасів: «перша партія в прихід – перша в розхід» («FIFO»); середньозваженої собівартості; основний (базовий) запас; деталізація витрат; «наступна партія в прихід – перша в розхід» («LIFO»); остання покупна ціна.

Достатньо наочний приклад щодо вибору методів оцінки запасів фірмами США наводять зарубіжні вчені Х. Андерсен, Д. Колдуелл, Б. Нідлз (рис. 3).

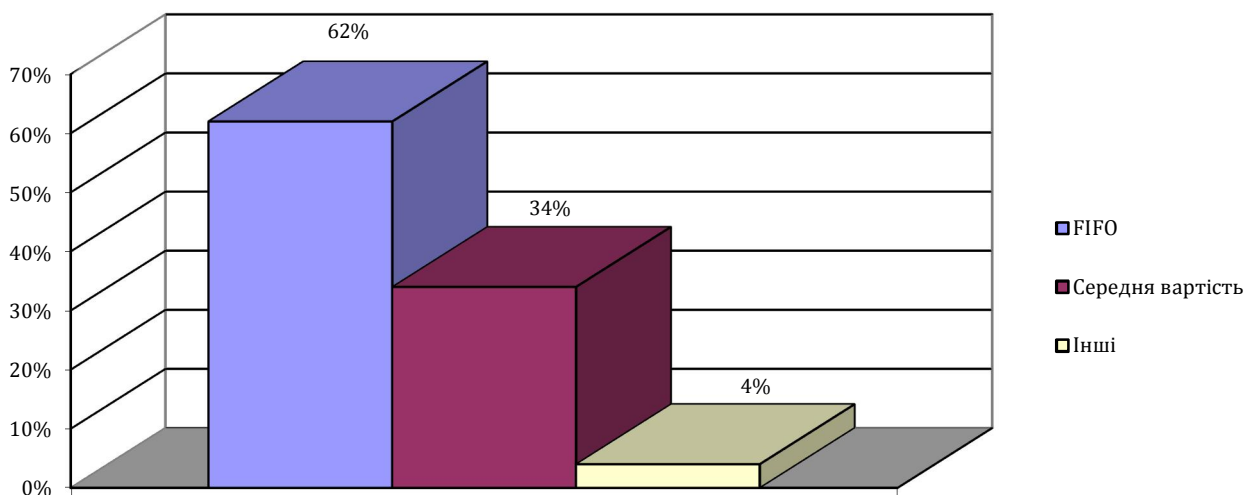


Рис. 3. Методи оцінки запасів, які використовуються фірмами США [11, с. 123].

Ці автори стверджують, що найпоширенішими методами оцінки запасів 600 великих фірм США є методи FIFO та середньої вартості.

Дані вибірки щодо надання переваг у застосуванні методів FIFO та середньозваженої собівартості в інших країнах наведені у табл. 3.

Таблиця 3. Методи оцінки товарно-матеріальних запасів, які використовуються в окремих країнах [1, с. 342].

Країни	FIFO	Середньозваженої собівартості
Україна	□	□
Бельгія	■	■
Франція	□	■
Німеччина	□	■
Греція	□	□
Італія	□	■
Люксембург	■	■
Португалія	□	■
Іспанія	■	■
Великобританія	■	■
США	■	■

□ – можна застосовувати;

■ – застосовується найчастіше

В Україні, як і в більшості зарубіжних країн, підприємствам дозволено обирати один з цих методів, оголошувати й фіксувати цей вибір у своїй обліковій політиці. Разом з тим, двом методам (оцінка за середньозваженою собівартістю і «FIFO») віддається найбільша перевага. Коротко розглянемо їх сутність та значення.

Однією з найважливіших проблем обліку запасів з точки зору міжнародних стандартів є вибір потрібної методики визначення руху витрат відповідно до розрахунку вартості запасів.

Метод середньозваженої собівартості, як відомо, базується на зважуванні вартості однотипних одиниць цінностей на початок і кінець звітного періоду.

Перевагою цього методу, на думку зарубіжних економістів, є визначене «згладжування» показника собівартості реалізованої продукції в тих випадках, коли спостерігається стрімке зростання покупних цін.

Суть методу оцінки запасів за ціною першої покупки у припущенні, що собівартість запасів придбаних першими, повинна бути віднесена до запасів, які продані першими. Ефект використання цього методу в тому, що залишки непроданих товарів на кінець періоду оцінюються за ціною останньої покупки і відображаються в балансі в оцінці, максимально наближеній до реальної ринкової вартості на дату складання звітності. Ці два методи як найбільш розповсюджені використовуються у більшості країн світу.

Міжнародні стандарти надають компаніям різних країн широкий вибір методів визначення собівартості товарно-матеріальних запасів.

У кожній з країн діють різні бухгалтерські норми, застосовуються різні підходи до вирішення цієї

проблеми. Це свідчить, що не існує якогось універсального методу оцінки, який би враховував різноманітні потреби. Зарубіжний досвід показує, що вибір того чи іншого методу оцінки запасів залежить від багатьох чинників і лише їх комплексний облік може забезпечити високу ефективність управління активами підприємства на основі бухгалтерських методів оцінки матеріальних запасів.

Для целюлозно-паперової промисловості вирішення питання щодо оцінки матиме суттєвий вплив не лише на локальні проблеми ефективності використання запасів та їх витрачання в процесі виробництва, а й загалом на фінансовий стан суб'єкта господарювання. Ураховуючи галузеві особливості, для запасів усіх видів, які мають однакове призначення та однакові умови використання, доцільно застосовувати тільки один з методів їх оцінки, а саме – середньозваженої собівартості. Цей метод дає можливість оптимізувати матеріальні запаси.

Список літератури

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський облік у зарубіжних країнах / Ф. Ф. Бутинець, Л. Л. Горецька. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 544 с.
2. Бухгалтерський облік: навч. посіб. / [Орлова В. К., Савич В. І., Костецька Л. А., Турій О. В., Сенчішак С. В. та ін.]. – [2-ге видання] – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 272 с.
3. Бухгалтерський облік та фінансова звітність в Україні: навч.-практ. посібник / За ред. С. Ф. Голова. – Дніпропетровськ, ТОВ «Баланс-Клуб», 2001. – 832 с.
4. Бухгалтерський облік в торгівлі: підручник [для студентів вузів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит»] / Ф. Ф. Бутинець, М. В. Кужельний, Ю. І. Осадчий та ін.; за заг. ред. проф. Ф. Ф. Бутинця та доц. Н. М. Малюги. – [2-ге вид., перероб. і доп.] – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 576 с.
5. Введение в бухгалтерское дело / Пер. с англ. – К.: Торгово-издательское бюро ВНВ, 1994. – 384 с.
6. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік за міжнародними стандартами / С. Ф. Голов, В. М. Костюченко. – К.: «Еконтінг», 2000. – 384 с.
7. Завгородній В. П. Бухгалтерський учет, контроль и аудит в системе управления предприятием / В. П. Завгородній. – К.: «Валкер», 1997. – 976 с.
8. Крупка Я. Д. Облік у будівництві: підручник – / Я. Д. Крупка, З. В. Задорожний, Р. О. Мельник. – Тернопіль: Знання, 2008. – 603 с.
9. Ловінська Л. Г. Оцінка в бухгалтерському обліку: монографія / Л. Г. Ловінська. – К.: КНЕУ, 2006. – 256 с.
10. Меншикова Ю. М. Проблеми оцінки запасів на підприємстві [електронний ресурс] / Ю. М. Меншикова. – Режим доступу: <http://dsfa.mybb3.net/viewtopic.php?p=712>
11. Нидлз Б. Принципы бухгалтерского учета / Б. Нидлз, Х. Андерсон, Д. Колдуэлл; пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 1996 – 496 с.
12. Німчинов П. П. Загальна теорія бухгалтерського обліку. / П. П. Німчинов – К.: Вища школа, 1977. – 240 с.
13. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: наказ/положення Міністерства фінансів України від 20.10.99 р. № 248 // Спеціальний додаток до тижневика «Дебет-Кредит». – 2004. – С. 67.
14. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учебн. пособие [для вузов.] / Я. В. Соколов – М.: Аудит, ЮНИТИ. – 1996. – С. 636.
15. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України: [електронний ресурс] / Н. М. Ткаченко. – Режим доступу: <http://www.library.if.ua/books/6.html>.
16. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку: навч посіб. / В. Г. Швець. – К.: Знання-Прес, 2003. – 444 с.

РЕЗЮМЕ

Любезна Ирина

Оценка материальных запасов в отечественной и зарубежной системах учета

Рассмотрены теоретические основы оценки материальных запасов на предприятиях целлюлозно-бумажной промышленности. Осуществлен сравнительный аспект оценки материальных запасов согласно с отечественной и зарубежной системами учета.

RESUME

Lyubezna Iryna

Assessment of stocks in domestic and foreign accounting systems

The theoretical bases of assessment inventories for paper industry are considered. The comparative aspect of the assessment of stocks in accordance with the domestic and foreign accounting systems is shown.

Стаття надійшла до редакції 07.03.2013 р.

СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В КРЕДИТНИХ СПІЛКАХ УКРАЇНИ

Проаналізовано методика й організацію системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності кредитних спілок в Україні, визначено основні їхні недоліки та запропоновано шляхи подальшого розвитку. Розкрито окремі аспекти, що не дають змоги достовірно оцінити фінансово-майновий стан кредитних установ та здійснювати належний контроль їхньої діяльності. Обґрунтовано, що пропонується регулятивним органом методика бухгалтерського обліку є недостатньо придатна для відображення специфіки діяльності кредитних спілок, оскільки базується на теоретико-методологічних засадах бухгалтерського обліку промислових чи інших комерційних підприємств. Аргументовано необхідність нових засадних принципів для методології бухгалтерського обліку в кредитних спілках.

Ключові слова: кредитна спілка, бухгалтерський облік, концептуальна основа, методика облікових процедур, фінансова звітність

Фінансово-кредитні інститути є суттєвим чинником для розвитку окремих суб'єктів господарювання, збалансування економіки держави. Історично формувалися різні організаційні форми депозитно-кредитних відносин – лихварство, ощадно-банківське кредитування, кредитна кооперація тощо. Формування в XIX ст. кредитної кооперації, на відміну від лихварства і банківництва, було зумовлене насамперед суспільно-соціальними, а не ринково-прибутковими факторами.

Кредитна кооперація зробила вагомий внесок у розвиток українського сільського господарства та переробної промисловості (наприклад, цукровиробництва), ремісництва на початку XX ст. в умовах жорсткої дискримінації українців за національною ознакою. Кредитні спілки певною мірою сприяли заснуванню вищих навчальних закладів на українських територіях. Важко переоцінити внесок кредитної кооперації і в становленні української діаспори за кордоном, про що свідчить заснування українських кредитних спілок (які, до речі, діють і нині) у США, Канаді та інших розвинених державах.

У сучасних умовах на кредитні спілки суспільством покладається місія забезпечення доступними та дешевими кредитними ресурсами підприємств малого і середнього бізнесу, а також фінансової підтримки купівельної спроможності населення, що сприяє розширенню діяльності соціально-виробничих суб'єктів національної економіки. У цьому контексті можна зазначити, що результати низки досліджень свідчать про високоефективну діяльність і стрімкий розвиток кредитної кооперації у країнах центральної Європи, зокрема в Німеччині та Австрії, де засновано не лише чимало кредитних товариств, але й утворені кооперативні банки [1]. Проте в Україні фінансові ресурси кредитних спілок почасти є набагато дорожчими для суб'єктів підприємництва за банківські. Основною перевагою кредитних спілок залишається їхня гнучкість у прийнятті рішень про надання кредитів. Тому в Україні переважною сферою їхньої діяльності є споживче кредитування населення.

Негативний вплив на розвиток кредитної кооперації в Україні спричинила фінансово-економічна криза.

Типовим для таких фаз розвитку економіки є масове закриття депозитних рахунків та вилучення коштів з установ системи фінансово-кредитних відносин. Не оминуло це негативне явище і кредитні спілки. Проте гіршого впливу система кредитної кооперації зазнала від масового шахрайства з боку членів правління багатьох кредитних спілок, деякі кредитні спілки були фактично перетворені у фінансові піраміди: через шахрайське вилучення коштів повернення депозитних вкладів було можливим лише за рахунок надходження нових внесків і вкладів, і якби не фінансово-економічна криза, то невідомо скільки часу ці процеси продовжувалися б надалі.

Значне шахрайство у системі кредитної кооперації свідчить про незадовільний як внутрішній, так і зовнішній контроль за діяльністю кредитних спілок, а основним інструментом інформаційного забезпечення системи контролю їхньої діяльності є, безперечно, звітність та система бухгалтерського обліку як її джерело. Тому надзвичайно актуальною постає потреба перегляду (а точніше, формування) методології бухгалтерського обліку в кредитних спілках та побудова формату їх звітності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що тема особливостей функціонування та управління діяльністю кредитних спілок у наукових дослідженнях залишилася поза увагою науковців. Зокрема, в цьому напрямку захищено лише одну докторську та чотири кандидатських дисертації [2]. Проблемою бухгалтерського обліку діяльності кредитних спілок вітчизняні фахівці цікавляться ще менше, зі спеціальності 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз, аудит» захищено лише одну дисертацію, об'єктом дослідження якої були організація і методика бухгалтерського обліку в кредитних спілках [12].

У наукових публікаціях висвітлені дослідження лише окремих топологічних ділянок бухгалтерського обліку в кредитних спілках – власного капіталу [3-5], доходів і витрат [2], фінансових результатів [6], депозитно-кредитних операцій [7-8], продуктивних активів [9] тощо [10-11]. Пропозиції авторів цих публікацій, як правило, спрямовані на удосконалення наявної

методики бухгалтерського обліку (переважно щодо зміни структури (архітектури) синтетичного й аналітичного обліку), запропонованої регулятивними документами. Проте більш ґрунтовні дослідження свідчать про потребу докорінної зміни методології бухгалтерського обліку в кредитних спілках. Погоджуємось із думкою М. С. Федорець, що кредитні спілки «... як і інші небанківські фінансові посередники, здійснюють облік та складають фінансову звітність за традиційною системою, що малоприсадибна для установ, які проводять операції з фінансово-кредитними ресурсами, оскільки не враховує основний вид їхньої діяльності – кредитно-фінансовий...» [12, с. 8]. Таким чином, невирішеною частиною загальної проблеми є необхідність розбудови нової методології бухгалтерського обліку діяльності кредитних спілок, яка б урахувала і фінансово-кредитний характер їхньої діяльності, і неприбутковий статус та соціальну вагомість їхньої діяльності.

Цілі статті полягають в аналізі сучасного стану методики й організації бухгалтерського обліку в кредитних спілках України та визначенні перспективних напрямів його розвитку.

Бухгалтерський облік та система звітності кредитних спілок в Україні, крім Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, регламентується ще й нормативними документами, затвердженими Національною комісією з регулювання ринків фінансових послуг України – державним органом, який здійснює регулювання та нагляд за діяльністю кредитних спілок в Україні. Ця комісія затвердила низку нормативних документів, які безпосередньо регулюють бухгалтерський облік і звітність кредитних спілок чи певним чином впливають на їх побудову й організацію. Аналіз таких нормативних документів наведений у табл. 1.

Аналіз зазначених нормативних документів свідчить, що основним недоліком у формуванні методики бухгалтерського обліку діяльності кредитних спілок є вибір неправильної концептуальної бази: Національна комісія з регулювання ринків фінансових послуг України розробляла нормативні документи з регулювання бухгалтерського обліку у кредитних спілках на основі національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, які є найкраще придатними для промислових, торговельних чи інших підприємств, тоді як необхідно було, на нашу думку та думку багатьох інших науковців, розробляти власну методологію обліку, адаптовану до фінансового характеру діяльності кредитних спілок. Таку позицію підтверджують, зокрема, такі аргументи:

- у перерахованих у таблиці 1 нормативних документах, крім власного капіталу, резервів, депозитів, кредитів і продуктивних активів, на інші об'єкти бухгалтерського обліку увага взагалі не звертається;
- на відміну від звичайних комерційних підприємств, кредитні спілки кредитні операції відображають на активних рахунках, а депозитні – на пасивних, що свідчить про їхню більшу подібність до банків, ніж до промислових чи інших підприємств;
- отримані від надання кредитів відсотки кредитні спілки обліковують на рахунку інших фінансових доходів, хоча такий вид доходів є основним для фінансової установи; аналогічно витрати на сплату

відсотків за залученими депозитами обліковують на рахунку інших затрат, хоча такий вид затрат також є основним для кредитної спілки. Те саме стосується й обліку майна, капіталу і зобов'язань: «залишається на теоретичному рівні незрозумілим, як можна основні джерела залучення коштів установи не виділяти в окрему групу, а, навпаки, включати до інших, які мають непостійний характер і до основної діяльності з надання фінансових послуг не належать, тому й не повинні обліковуватися на синтетичних рахунках, призначення яких полягає у відображенні інформації про розрахунки за іншими операціями» [8, с. 327].

Зважаючи на «неприбутковий» статус кредитних спілок (акцент, що їх діяльність не спрямовується на максимізацію прибутковості) під тиском імперативних документів (Закону України «Про оподаткування прибутку підприємств», а пізніше Податкового кодексу) категорію прибутку взагалі виведено з об'єктивного вжитку в системі бухгалтерського обліку. Замість поняття «нерозподілений прибуток» використовують поняття «нерозподілений дохід». Проте за економічним змістом різниця між доходами і витратами кредитної спілки є її прибутком, який після формування резервів розподіляють між учасниками спілки.

Ці аргументи, на нашу думку, свідчать про те, що пристосувальницький характер розбудови методики бухгалтерського обліку в кредитних спілках не може сформулювати повноцінного джерела інформації для об'єктивної репрезентації їхньої діяльності окремим членам спілок, контрагентам чи суспільству загалом. Фінансова звітність, складена відповідно до національних П(С)БО, є найбільш придатною для відображення фінансово-майнового стану промислового чи іншого комерційного підприємства, а стан і діяльність фінансових установ вона реально репрезентувати не може. Така позиція підтверджується, зокрема, і запровадженням спеціалізованої звітності для Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України – Звітних даних, які від фінансової звітності відрізняються не лише складом показників, але й методикою їхнього розрахунку: «Проведене дослідження якісного складу інформації, що представляється у спеціалізованій звітності небанківських установ, дозволяє зробити висновок про значне дублювання системи показників у звітних даних та фінансовій звітності. Разом з тим деякі однойменні показники мають різні методики їх формування. Головна розбіжність між системою показників фінансової і спеціалізованої звітності полягає у методологічних підходах до визначення доходу: у фінансовій звітності застосовується загальноприйнятий метод нарахувань, який базується на відповідності доходів і витрат, а у звітних даних дохід відображується за касовим методом» [2].

Аналіз складу спеціалізованої звітності кредитних спілок (зокрема щодо узагальнення інформації про витрати і доходи), проведений у праці [2], засвідчив її (звітності) невідповідність міжнародним стандартам. Автори О. О. Гончаренко та Г. М. Лютова стверджують, що «удосконалення системи звітності небанківських фінансових установ повинно бути спрямованим на перегляд складу і змісту спеціальної їх звітності, оскільки вона в більшій мірі відбиває специфіку суб'єктів фінансового ринку, з метою адаптації її до міжнародних стандартів фінансової звітності» [2].

Таблиця 1. Аналіз основних нормативних документів Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України, які впливають на методику й організацію бухгалтерського обліку та формування звітності кредитних спілок

№ з/п	Назва нормативного документа	Вплив документа на методику й організацію бухгалтерського обліку та формування звітності кредитних спілок
<i>Нормативні документи, які безпосередньо регулюють і визначають методику й організацію бухгалтерського обліку та формування звітності кредитних спілок</i>		
1	Методичні рекомендації щодо ведення бухгалтерського обліку кредитною спілкою та об'єднаною кредитною спілкою, затверджені Розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 18.12.2003 р. № 171 [13]	Визначає методику синтетичного й аналітичного обліку членських внесків, розрахункових і кредитно-депозитних операцій, фінансових інвестицій, доходів і витрат кредитної спілки
2	Порядок складання та подання звітності кредитними спілками та об'єднаними кредитними спілками до Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України, затверджений Розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 25.12.2003 р. № 177 [14]	Визначає порядок складання і подання, встановлює вимоги до заповнення Звітних даних – спеціалізованої звітності кредитних спілок, яку вони подають до Національної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України
<i>Нормативні документи, які певним чином впливають на методику й організацію бухгалтерського обліку та формування звітності кредитних спілок</i>		
3	Положення про фінансові нормативи діяльності та критерії якості системи управління кредитних спілок та об'єднаних кредитних спілок, затверджене Розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 16.01.2004 р. № 7 [15]	Необхідність систематичного контролю за затвердженими Положенням фінансовими нормативами щодо капіталу, платоспроможності, якості активів, ризиковості операцій, прибутковості та ліквідності, формування та використання страхового резерву, а також якості системи управління кредитними спілками зумовлює потребу відповідної побудови системи бухгалтерського обліку та звітності, придатної для їхнього розрахунку без значних затрат часу і зусиль
4	Методика формування та списання небанківськими фінансовими установами резерву для відшкодування можливих втрат за всіма видами кредитних операцій (за винятком позабалансових, крім гарантій), придбаними цінними паперами (у тому числі іпотечними сертифікатами з фіксованою доходністю), іншими активними операціями згідно із законодавством, разом із нарахованими за всіма цими операціями	Встановлює порядок формування та списання страхових резервів, які є безпосереднім об'єктом бухгалтерського обліку
	процентами та комісією, затверджена Розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 01.03.2011 р. № 111 [16]	
5	Вимоги до програмного забезпечення та спеціального технічного обладнання кредитних спілок, пов'язаного з наданням фінансових послуг, затверджені Розпорядженням Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 03.06.2005 р. № 1422 [17]	Здійснює вплив на організацію автоматизації бухгалтерського обліку кредитних спілок

На нашу думку, стає все більш актуальною потреба удосконалення фінансової звітності, про що свідчать, зокрема, такі аргументи:

- з огляду на суспільно-важливий характер діяльності кредитних спілок, вважаємо, що удосконалення системи їх звітності насамперед повинно стосуватись фінансової звітності, яка є публічною і виконує функцію основного джерела інформаційного забезпечення членів та контрагентів кредитних спілок щодо їх фінансово-майнового стану. А зважаючи на останні тенденції ринку кооперативного кредитування (фінансова криза, шахрайство з боку правління кредитних спілок, значний рівень неплатоспроможності

боржників), потреба удосконалення фінансової звітності набуває ще більшої актуальності;

- необхідність удосконалення спеціалізованої звітності повинна бути обумовлена насамперед інформаційними запитами регулювального органу, а не потребою її уніфікації чи приведення до вимог міжнародних стандартів фінансової звітності, які стосуються публічної, а не спеціалізованої звітності.

Окремої уваги заслуговує питання бухгалтерського обліку та відображення у фінансовій звітності власного капіталу кредитної спілки, який містить пайовий, резервний, додатковий капітал та залишок нерозподіленого доходу спілки. Л. І. Чистякова у праці [5] запропонувала класифікацію власного капіталу

кредитних спілок, яка перераховані види капіталу об'єднує в категорію «реальний (дійсний) капітал», крім того, виділяє потенційний капітал, до складу якого входять суми дооцінки оборотних і необоротних активів та ділова репутація спілки. З цього приводу варто зауважити, що ділова репутація за економічним підходом є елементом інтелектуального капіталу, а кредитні спілки, оскільки не мають на меті отримання прибутку чи інше примноження капіталу, не є суб'єктами ринків капіталів, для яких оцінка та репрезентація інтелектуального капіталу є надзвичайно актуальними. Тому необхідність виділення її обліку ділової репутації чи іншого виду інтелектуального капіталу для переважної більшості кредитних спілок є дискусійною. Проте, якщо в майбутньому стратегія розвитку кредитної спілки передбачає її реорганізацію в банк (а такі події відбувались в історії розвитку кредитної кооперації як за кордоном, так і в Україні), то облік інтелектуального капіталу може бути доцільним.

Сучасний стан бухгалтерського обліку та фінансової звітності кредитних спілок свідчить про їхню абсолютну непридатність для репрезентації фінансово-майнового стану цих установ та здійснення контролю за їхньою діяльністю. Це зумовлено тим, що запропонована регулятивним органом методика бухгалтерського обліку є непридатною для фінансових установ, оскільки

базується на теоретико-методологічних положеннях бухгалтерського обліку промислових чи інших комерційних підприємств. Тому надзвичайно актуальною є необхідність побудови нової, відмінної від сучасної, методології бухгалтерського обліку в кредитних спілках, яка б урахувала, зокрема, такі фактори: члени кредитної спілки є і її власниками, і клієнтами; кредитні спілки не мають статутного капіталу, проте володіють пайовим, резервним і додатковим капіталом, які формуються з членських і вступних внесків з різним цільовим призначенням.

Ураховуючи той факт, що, на відміну від корпоративних підприємств, величина членських і вступних внесків для усіх членів кредитної спілки є однаковою, це теоретично не дає змоги одній особі акумулювати управління спілкою. Крім цього, при розробці обліково-звітної методики необхідно враховувати, що: кредитні спілки є неприбутковими установами; кредитні спілки не мають права вести інші види діяльності, крім надання фінансових послуг; фінансовий характер діяльності кредитних спілок з одного боку зумовлює необхідність створення відповідних резервів, а з іншого підлягає додатковому державному регулюванню, що передбачає, зокрема, й подання додаткової звітної інформації про їх діяльність тощо.

Список літератури

1. Ковалів, В. М. Кредитна кооперація в Україні: історичні аспекти становлення, важливість та сучасний стан функціонування [Текст] / В. М. Ковалів, І. І. Грубінка // Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту. – 2011. – № 2. – С. 172-178.
2. Гончаренко, О. О. Облік доходів і витрат кредитних спілок та їх відображення у звітності [Електронний ресурс] / О. О. Гончаренко, Г. М. Лютова // Ефективна економіка. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=88>.
3. Гончаренко, О. О. Власний капітал кредитних спілок: особливості його формування, використання та обліку [Текст] / О. О. Гончаренко, Г. М. Лютова // Наука й економіка. – 2009. – № 3 (15). – С. 9-22.
4. Гриценко, О. І. Організація бухгалтерського обліку власного капіталу в кредитних спілках [Текст] / О. І. Гриценко // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2010. – № 1 (7). – С. 225-228.
5. Чистякова, Л. І. Власний капітал у кредитних спілках: філософський, організаційний та обліковий аспекти [Текст] / Л. І. Чистякова // Наукові праці ДонНТУ. – 2009. – Вип. 36-2. – С. 199-203. – (Серія економічна).
6. Ярмош, О. А. Методологічні аспекти обліку фінансових результатів кредитних спілок [Текст] / О. А. Ярмош, О. О. Гончаренко // Наука й економіка. – 2009. – № 3 (15). – С. 153-158.
7. Гедз, М. Й. Особливості обліку та аудиту кредитно-депозитних операцій кредитних спілок [Текст] / М. Й. Гедз // Вісник Університету банківської справи НБУ. – 2009. – № 3 (6). – С. 174-177.
8. Федорець, М. С. Напрямки удосконалення обліку розрахунків за короткостроковими депозитами членів кредитних спілок [Текст] / М. С. Федорець // Торгівля і ринок України. – 2011. – Вип. 31. – Т. 2. – С. 325-330.
9. Іваненко, О. Методичні аспекти обліку продуктивних активів кредитної спілки [Текст] / О. Іваненко // Бухгалтерський облік і аудит. – 2010. – № 7. – С. 32-38.
10. Феньо, Н. Досвід організації документального забезпечення українських кредитних товариств у першій половині ХХ століття [Текст] / Н. Феньо // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету "Економічна думка", 2010. – Вип. 6. – С. 345-348.
11. Шишута, О. Ю. Звітність товариств взаємного кредиту: історико-економічний аспект [Текст] / О. Ю. Шишута // Збірник наук. праць Луцького державного технічного університету: економічні науки. – 2007. – Вип. 4 (16). – Ч. 2. – С. 206-214. – (Серія «Облік і фінанси»).
12. Федорець, М. С. Бухгалтерський облік у кредитних спілках: організація і методика [Текст] : автореф. дисертації на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук за спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит» / М. С. Федорець. – Київ: 2009. – 19 с.
13. Методичні рекомендації щодо ведення бухгалтерського обліку кредитною спілкою та об'єднаною кредитною спілкою [Текст] : розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 18.12.2003 р. № 171.
14. Порядок складання та подання звітності кредитними спілками та об'єднаними кредитними спілками до Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України [Текст] : розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 25.12.2003 р. № 177.
15. Положення про фінансові нормативи діяльності та критерії якості системи управління кредитних спілок та об'єднаних кредитних спілок [Текст] : розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 16.01.2004 р. № 7.
16. Методика формування та списання небанківськими фінансовими установами резерву для відшкодування можливих втрат за всіма видами кредитних операцій (за винятком позабалансових, крім гарантій), придбаними цінними паперами (у тому числі іпотечними сертифікатами з фіксованою доходністю), іншими активними операціями згідно із законодавством, включаючи нараховані за всіма цими операціями проценти та комісії [Текст] : розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 01.03.2011 р. № 111.
17. Вимоги до програмного забезпечення та спеціального технічного обладнання кредитних спілок, пов'язаного з наданням фінансових послуг [Текст] : розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України від 03.06.2005 р. № 1422.

РЕЗЮМЕ

Мохняк Владимир

Современное состояние и перспективы развития бухгалтерского учета в кредитных союзах Украины

Проанализирована методика и организация системы бухгалтерского учета и финансовой отчетности кредитных союзов в Украине, определены основные их недостатки и предложены пути последующего развития. Раскрыты отдельные аспекты, которые не дают возможность достоверно оценить финансово-имущественное состояние кредитных учреждений и осуществлять надлежащий контроль за их деятельностью. Обосновано, что предлагаемая регулятивным органом методика бухгалтерского учета недостаточно пригодна для отображения специфики деятельности кредитных союзов, поскольку исходит из теоретико-методологических положений бухгалтерского учета промышленных или других коммерческих предприятий. Аргументирована необходимость новых базовых принципов для методологии бухгалтерского учета в кредитных союзах.

RESUME

Mokhnyak Volodymyr

Modern condition and prospects of development of accounting in credit unions of Ukraine

Methodology and organization of accounting and financial reporting of credit unions in Ukraine are analyzed in the paper. Their main drawbacks and ways of overcoming are proposed. Some aspects of assessing the financial and economic status of credit unions are disclosed. The need for new fundamental principles for accounting methodology in credit unions is justified.

Стаття надійшла до редакції 19.12.2012 р.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМАХ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Розкрито основні проблеми забезпечення інформаційної безпеки при веденні бухгалтерського обліку в автоматизованих системах, здійснено класифікацію основних правопорушень при роботі з бухгалтерською інформацією та запропоновано шляхи запобігання цим порушенням, систематизовано методи та способи біометричної автентифікації користувачів.

Ключові слова: інформаційна безпека, комп'ютерне шахрайство, порушення конфіденційності, комп'ютерний саботаж, несанкціонований доступ, біометричні технології.

Входження України в єдиний інформаційний простір, швидкий розвиток комп'ютерної техніки, впровадження сучасних інформаційних систем, використання нових інформаційних технологій обробки економічної інформації, безумовно, є позитивним моментом сьогодення. Проте необхідно зазначити, що так само швидко і на більш високому технологічному рівні спостерігається зростання зловживань та правопорушень у сфері створення, передачі, обробки та використання інформації.

Серед усіх автоматизованих інформаційних систем особливої уваги потребують АІС промислових підприємств і організацій, чільне місце за значущістю і поширеністю в яких займають бухгалтерські автоматизовані інформаційні системи. Бухгалтерський облік є джерелом інформаційних ресурсів для аналізу, прогнозування та управління господарюючим об'єктом, і ці процеси є найбільш ефективними у випадку використання сучасних інформаційних технологій. Невпинне їх удосконалення сприяє зростанню оперативності передачі інформації, підвищенню якості та оперативності послуг у сфері бухгалтерського обліку. Одночасно з цими перевагами спостерігаються і недоліки при автоматизації бухгалтерського обліку, пов'язані з навмисним псуванням, спотворенням даних для отримання незаконних доходів чи завданням іншої шкоди підприємству, витоком чи втратою конфіденційної інформації. Завдані при цьому збитки можуть перевищувати отриманий позитивний ефект від використання автоматизованих систем, що зумовлює актуальність наукових досліджень у сфері використання інформаційних технологій у бухгалтерському обліку.

Значний внесок у дослідження проблем інформаційної безпеки в автоматизованих системах бухгалтерського обліку та забезпечення достовірності інформації здійснили такі вітчизняні науковці, як Ф. Ф. Бутинець, О. С. Височан, В. В. Євдокимов, В. П. Завгородній, А. Г. Загородній, С. В. Івахненко, Ю. А. Кузьмінський, В. Д. Шквір та інші.

Основна мета дослідження – визначення та систематизація проблем інформаційної безпеки в автоматизованих комп'ютерних системах бухгалтерського обліку в умовах застосування інформаційних технологій, класифікація основних правопорушень при роботі в інформаційних системах на базі локальних комп'ютерних мереж та в

корпоративних системах бухгалтерського обліку, надання пропозицій щодо методів боротьби з цими правопорушеннями, узагальнення відомостей про методи та способи використання біометричних технологій запобігання несанкціонованого доступу до інформації.

Питання інформаційної безпеки при веденні бухгалтерського обліку з використанням комп'ютерних технологій доцільно розглядати у двох аспектах: запобігання зловживань чи ненавмисних порушень працівниками підприємства (внутрішній аспект) та створення належної інформаційної безпеки для запобігання несанкціонованому доступу, пошкодженню комп'ютерних програм чи даних вірусами, комп'ютерному саботажу (зовнішній аспект).

Працівники бухгалтерії можуть навмисне або через халатність, недогляд, низький рівень фахової підготовки спотворити облікові дані у первинних документах чи зведених регістрах. Це досягається шляхом модифікації облікових проведення, встановленням знижок на ціну товару, маніпуляції з переоцінкою товарно-матеріальних цінностей, підміною нових комплектуючих чи запчастин на зношені. Основними правопорушеннями є [2]:

- *комп'ютерне шахрайство* – введення, виправлення, коригування, знищення даних у комп'ютерних базах з метою впливу на кінцевий результат для отримання незаконного прибутку та завдання підприємству майнового чи фінансового збитку;
 - *комп'ютерна підробка* – втручання до процесів обробки інформації з метою фальсифікації даних та програмного забезпечення;
 - надання конфіденційної інформації конкурентам;
 - розголошення відомостей про характер та зміст співпраці між учасниками договірних відносин.
- Для запобігання цим зловживанням необхідно:
- по-перше*, передбачити в програмному забезпеченні спеціальні засоби блокування введення даних при пропуску реквізитів чи намаганні внести очевидно неприпустимі дані;
 - по-друге*, передбачити засоби ідентифікації особи, що працює з комп'ютером. Для забезпечення відповідальності персоналу надати кожній особі, що здійснює операції з даними, електронний ключ, який відкриває і завершує автоматичне відображення масових операцій, які доступні лише цій особі;

визначити склад осіб, що мають доступ до конкретних операцій, та обмежити доступ інших осіб. При необхідності періодично проводити виведенням на друк документів з внесенням інформації про дату обробки, зміст виконаної роботи, код працівника, що провів обробку інформації. Передбачити доступ працівника лише до певних даних і програм, надавши йому спеціальні паролі доступу, вести спеціальний журнал хронологічної реєстрації осіб, які працювали з інформацією, та видів виконаних робіт.

По-третє, передбачити організаційні та адміністративні заходи. Необхідний належний підбір кадрів, постійна робота з персоналом. Доцільно забезпечити фізичну безпеку бухгалтерів, охорону приміщень та документів, постійний нагляд за діями персоналу, встановити відеоспостереження та одночасно запобігати можливим акустичним прослуховуванням приміщення бухгалтерії сторонніми особами, встановленням несанкціонованих пристроїв зняття та передачі інформації в комп'ютерах, комп'ютерних мережах. Необхідно видати спеціальні внутрішні накази, інструкції та довести їх до відома персоналу про особливості доступу до даних та програм кожного фахівця, обмежити доступ сторонніх осіб, встановити порядок перевірки звітної інформації, що виходить за межі підприємства, на предмет відсутності зайвих даних, не передбачених законодавством чи угодою з користувачем звітності.

Функціонування інформаційної системи бухгалтерського обліку доцільно, по можливості, організувати на базі локальної комп'ютерної мережі без під'єднання її до мережі Інтернет для запобігання несанкціонованого доступу ззовні.

Додаткові проблеми виникають при організації автоматизованого обліку з використанням корпоративних інформаційних систем, коли необхідно забезпечити доступ до даних віддаленим користувачам (зовнішній аспект). До внутрішніх загроз додаються:

- *несанкціонований доступ* – протиправний доступ до даних та програм з порушенням режиму секретності, що досягається пошкодженням системи безпеки комп'ютерів та комп'ютерної мережі. Іншими

словами, порушується принцип, що лише авторизовані особи мають право читати, записувати, створювати та знищувати інформацію;

- *пошкодження комп'ютерних програм і даних* – знищення, пошкодження чи приховування даних і програм, що здійснюється, як правило, комп'ютерними вірусами;
- *комп'ютерний саботаж* – пошкодження програм і даних для перешкоди функціонуванню комп'ютерів та телекомунікаційних мереж.

Таким чином, з упровадженням в організацію бухгалтерського обліку інформаційних технологій зберігаються традиційні проблеми захисту інформації та додаються нові, пов'язані із створенням нових джерел та шляхів витоку інформації. Тому дослідження методів, способів боротьби з можливими зловживаннями при комп'ютерній обробці бухгалтерських даних потребують подальшого вивчення.

Важливим елементом захисту від несанкціонованого доступу є авторизація користувачів інформації. Найпростішим і найбільш вживаним є метод ідентифікації особи за допомогою введення паролю. Проте в наш час все більшого розповсюдження набуває так зване біометричне розпізнавання користувача, суть якого полягає в порівнянні фізіологічних чи психологічних особливостей особи з його еталонним зразком, що зберігаються в базі даних системи. Головна мета біометричної ідентифікації полягає в створенні такої системи, яка б давала допуск легітимним користувачам і одночасно повністю усувала несанкціонований доступ до інформації. Порівняно з паролями така система забезпечує більш надійний захист, оскільки ідентифікує людину за рисами, притаманними їй як біологічному об'єкту.

Будь-яка біометрична система дає можливість розпізнати певний шаблон і встановити автентичність конкретних фізіологічних або поведінкових особливостей користувача. Така система складається з двох логічних модулів: реєстрації та ідентифікації (рис. 1).

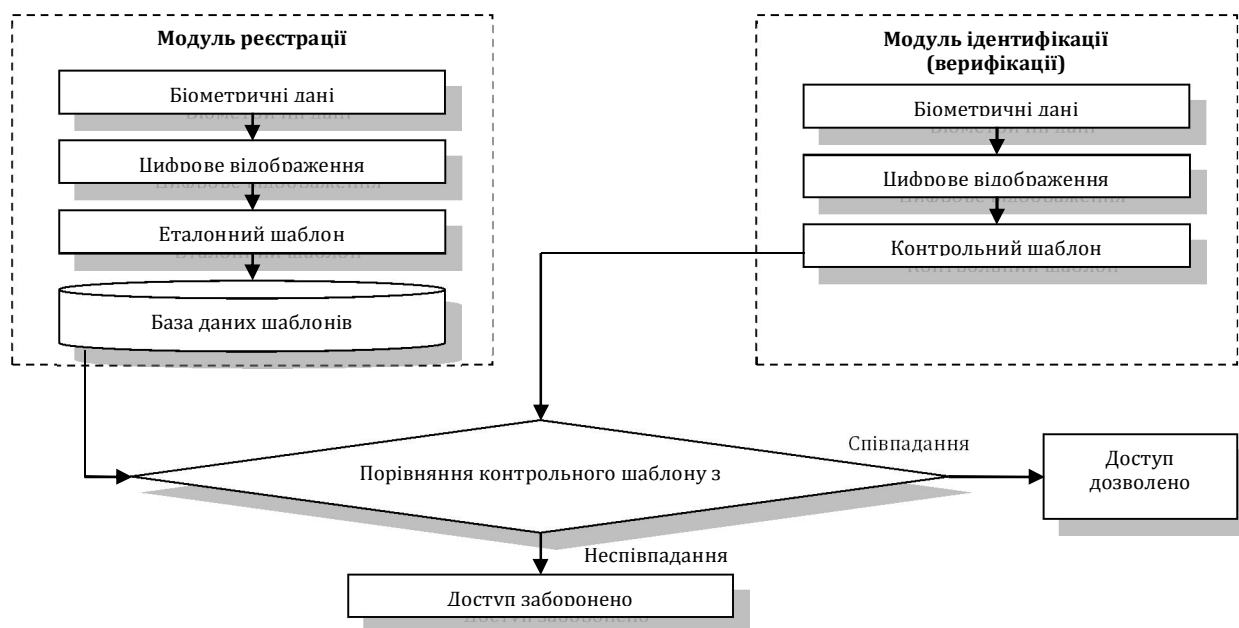


Рис. 1. Схема автентифікації

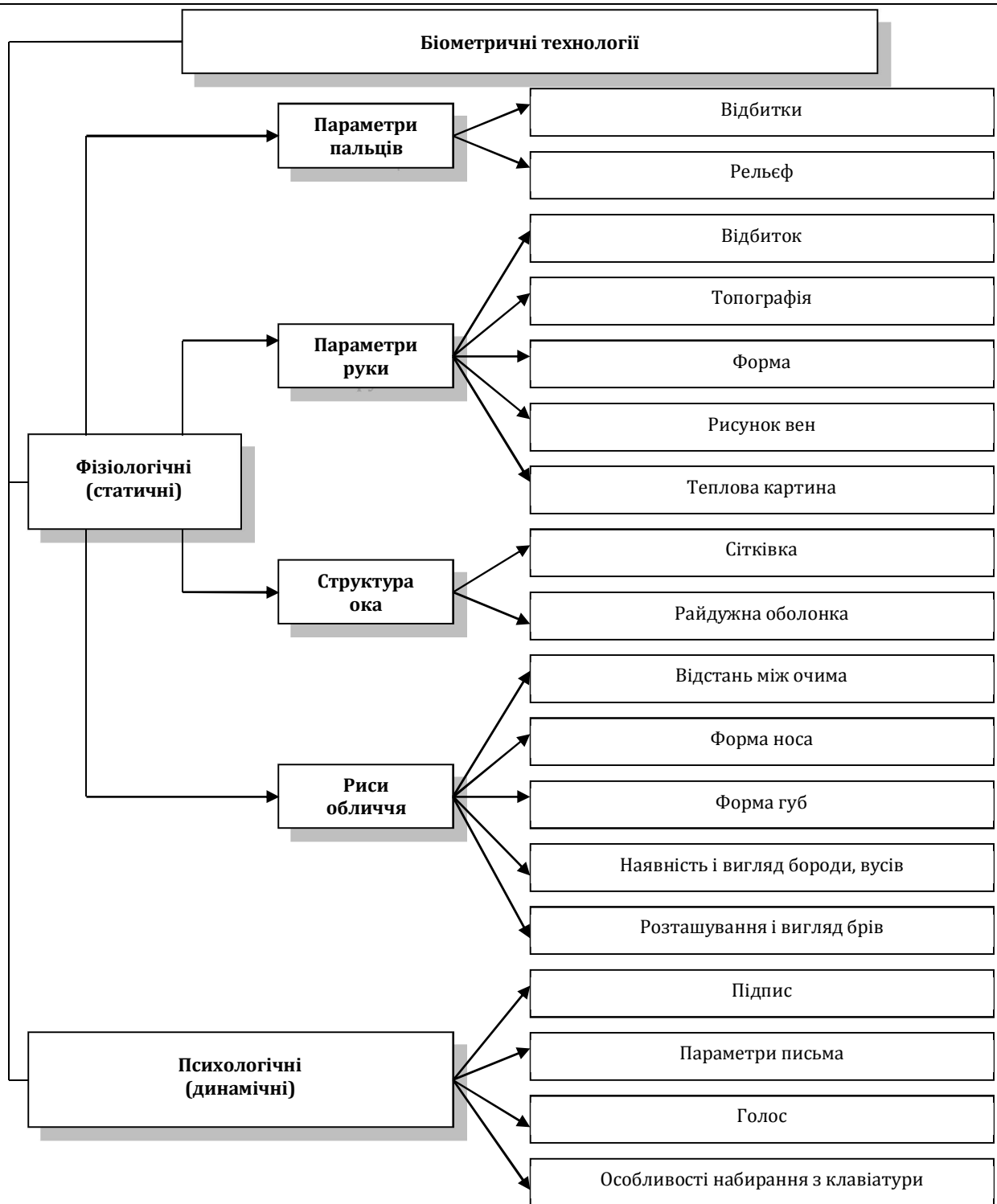


Рис. 2. Класифікація біометричних технологій ідентифікації особи

Модуль реєстрації за допомогою біометричних датчиків сканує у користувача необхідні фізіологічні та поведінкові характеристики та створює їх цифрове відображення. Спеціальний модуль виділяє з цього відображення лише характерні особливості та генерує так званий шаблон. Ім'я (логін) користувача та його шаблон зберігається в базі даних біометричної системи.

Розрізняють два види автентифікації: ідентифікацію та верифікацію.

У першому випадку користувач повідомляє своє ім'я,

яке використовується в якості вказівника для отримання з бази інформаційної системи облікового запису цього користувача і перевірки його відповідності «один до одного» з щойно отриманим контрольним шаблоном. У біометричних системах, у яких при встановленні автентичності ім'я користувача не повідомляється, отриманий у процесі розпізнання контрольний шаблон порівнюється з усім набором збережених у базі еталонних шаблонів («один до всіх») і відбувається так звана верифікація особи.

Біометричні технології автентифікації поділяються на дві категорії: фізіологічні та психологічні (рис. 2). До першої належать методи, засновані на фізіологічних (статичних) унікальних характеристиках людини, що притаманні їй як біологічному об'єкту. При застосуванні статичних технологій аналізуються параметри пальців особи (папілярні лінії, рельєф, довжина фаланг), її долоня (відбиток чи топографія), форма руки, рисунок вен на зап'ясті, тепла картина руки, риси та метричні дані обличчя, структура ока (сітківка та райдужна оболонка) тощо.

До групи психологічних відносяться так звані динамічні методи, засновані на поведінковій характеристиці людини. Вони використовують особливості, характерні для підсвідомих реакцій у процесі відтворення будь-яких дій. До цих характеристик відносяться особливості підпису людини, динамічні параметри письма, голос, особливості набирання з клавіатури комп'ютера.

Крім запобігання несанкціонованому доступу сторонніх осіб до даних та програм в автоматизованих системах бухгалтерського обліку, необхідно передбачити засоби недопущення пошкодження комп'ютерних програм і баз даних та комп'ютерного саботажу. Основним інструментом псування чи знищення даних і програм є комп'ютерні віруси. У випадку, коли автоматизована система бухгалтерського обліку функціонує в локальній мережі, рекомендується на робочих місцях бухгалтерів на фізичному рівні блокувати можливість персоналу користуватися будь-якими зовнішніми носіями інформації для запобігання встановлення завirusованих програм та баз даних. При роботі з комп'ютерами, які мають доступ до корпоративних мереж чи до мережі Інтернет, необхідно подбати про встановлення якісного ліцензійного антивірусного програмного забезпечення.

У будь-якому випадку рекомендовано утримувати у штаті підприємства висококваліфікованого системного програміста-фахівця, що має навички роботи в

операційних системах, володіє мовами програмування, досконало знає організацію й супроводження баз даних, розуміє особливості побудови апаратних засобів та проблеми передачі даних у комп'ютерних мережах, уміє правильно організувати систему захисту інформації від несанкціонованого доступу, пошкодження і знищення [3].

На великих підприємствах з розподіленою роботою персоналу на декількох комп'ютерах в умовах функціонування управлінських систем, фінансово-аналітичних систем, де крім фінансового обліку здійснюється автоматизований управлінський облік, планування та управління, фінансовий аналіз на основі бухгалтерських даних, комп'ютеризація зовнішнього та внутрішнього аудиту, де є потреба налагодження під клієнта (кастомізації), рекомендується постійно користуватися послугами кваліфікованого системного інтегратора.

Цей фахівець консультує і супроводжує користувача при роботі з програмами та базою даних, оцінює складність задач, обирає і встановлює необхідне програмне забезпечення, навчає персонал, налагоджує автоматизовану систему при змінах у законодавстві, адаптує її до потреб користувача.

На основі проведеного дослідження можна зробити висновки, що з впровадженням нових інформаційних технологій в автоматизацію бухгалтерського обліку до традиційних проблем забезпечення достовірності та безпеки інформації додаються нові, пов'язані зі створенням корпоративних систем, використання глобальних мереж, наданням фінансових даних віддаленим користувачем через мережу Інтернет. Правильне розуміння цих проблем, їх належне виокремлення та класифікація дасть можливість адекватно забезпечити інформаційну безпеку, знайти більш дієві методи запобігання зловживанням внутрішніми користувачами та спробам несанкціонованого доступу до баз даних та програмного забезпечення.

Список літератури

1. Арсеньев Ю.Н. Информационные системы и технологии. Экономика. Управление. Бизнес [Текст]: учеб. пособие. / Ю. Н. Арсеньев, С. И. Шелобаев, Т. Ю. Давыдова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 447 с.
2. Бутинець Ф.Ф. та ін. Інформаційні системи бухгалтерського обліку [Текст] / Ф. Ф. Бутинець, С. В. Івахненко, Т. В. Давидюк, Т. В. Шахрайчук. За ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП „Рута”, 2002. – 543 с.
3. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту [Текст]: навч. посіб. / С. В. Івахненко. – К.: Знання-Прес, 2003. – 349 с.
4. Клименко О. В. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. [Текст] / О. В. Клименко – К.: ЦУЛ, 2008. – 320 с.
5. Шквір В. Д. Інформаційні системи і технології в обліку [Текст]: навч. посіб. / В. Д. Шквір, А. Г. Загородній, О. С. Височан. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2007. – 439 с.

РЕЗЮМЕ

Муравский Василий

Обеспечение информационной безопасности в автоматизированных системах бухгалтерского учета.

Раскрыты основные проблемы обеспечения информационной безопасности бухгалтерского учета в автоматизированных системах, осуществлена классификация основных правонарушений при работе с информацией и выделено пути предотвращения этих нарушений, систематизированы методы и способы биометрической аутентификации пользователей.

RESUME

Muravskiy Vasyi

Providing of informative security in the automated accounting systems

The main problems of informative security provision of accounting in the automated systems are considered. The classification of information violations and the ways of their prevention are given. The author systemizes the methods of biometrics authentication of information users.

Стаття надійшла до редакції 22.02.2013 р.

ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ У ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВАХ РИБНИЦЬКОЇ ГАЛУЗІ

У статті розглянуто значення продукції рибницької галузі в різних сферах її використання, сформульовано власне визначення поняття «облікова політика», встановлено порядок та необхідність її формування фермерськими господарствами, розкрито основні питання, які потребують визначення в наказі про облікову політику рибницького господарства.

Ключові слова: облікова політика, управлінська інформація, фермерське господарство.

Бухгалтерський облік, який відповідає умовам ринку, є важливим інструментом, що сприяє інтеграційним процесам входження України до світової економіки. Необхідна учасникам ринку інформація формується саме в бухгалтерському обліку. Для прийняття обґрунтованих рішень підприємці та інвестори потребують такої організації бухгалтерського обліку, яка змогла б повністю задовольнити всіх користувачів необхідною інформацією.

В економіці України рибне господарство як постачальник цінних продовольчих ресурсів зумовлює зацікавленість держави в ефективності його господарювання. У зв'язку з цим актуальним є відбір, теоретичне обґрунтування і практична реалізація концепцій, перевірених бухгалтерською практикою, які б сприяли організації бухгалтерського обліку в поєднанні з технологічними особливостями рибництва.

На території Вінницької області станом на 1 січня 2012 року діяло 57 рибницьких господарств, з них 19% – це фермерські господарства.

Фермерські господарства України функціонують на підставі Закону України «Про фермерські господарства»: є формою підприємництва громадян, які виявили бажання виробляти товарну продукцію, займатися її переробкою та реалізацією. Як юридична особа, вони повинні вести бухгалтерський облік результатів своєї діяльності за господарський рік і подавати звітність. Ведення обліку передбачає: з'ясування самим господарством наслідків своєї госпрозрахункової діяльності, обґрунтування розрахунку сум податку, уявлення про розміщення грошових коштів, визначення майнового стану господарства, здійснення самоконтролю та прогнозування.

Адаптування механізму бухгалтерського обліку в рибництві до ринкових умов господарювання – це тривалий, складний і суперечливий процес. В Україні більшість фермерських господарств упевнено знайшли своє місце в економіці країни, проте питання організації облікової політики та інформаційного забезпечення фермерських господарств, особливо в галузі рибництва, залишаються актуальними та потребують подальшого дослідження.

В останні роки питанням організації обліку сільськогосподарської діяльності присвятили свої праці провідні вітчизняні вчені – економісти: Бутинець Ф. Ф., Голів С. Ф., Жук В. М., Кірейцев Г. Г., Моссаковський В., Пушкар М. С., Радченко О. Д., Саблук П. Т., Яремчук І. Г. та

інші.

Однак питання організації обліку фермерських господарств галузі рибництва досліджені недостатньо, особливо з урахуванням технологічних особливостей виробоведення. З позицій удосконалення облікової політики в діяльності фермерських господарств вона набуває актуальності як для економічної науки, так і практики господарювання.

Метою статті є узагальнення підходів та вироблення методики організації облікової політики діяльності рибних фермерських господарств у ринкових умовах господарювання.

Риба і рибопродукти належать до переліку стратегічно важливих продуктів харчування і завжди посідають вагоме місце в біологічно повноцінному білковому раціоні населення, який сприяє поліпшенню здоров'я та збільшенню тривалості життя.

Як харчовий продукт, риба містить цінні для харчування людини компоненти, насамперед, повноцінні білки, що містять майже всі незамінні амінокислоти, ліпіди, значну кількість мікроелементів. Рибні продукти мають здатність регулювати холестериновий обмін в організмі людини і підвищувати стійкість до серцево-судинних захворювань. Риба – джерело вітамінів груп А, D, E. Великі можливості відкриває організація глибокої переробки сировини з виділенням ферментів та інших біологічно активних речовин, які вкрай необхідні для дитячого харчування, створення комбінованих продуктів, нових ліків на біологічній основі.

Продукція рибного господарства є важливим джерелом збільшення кормової бази тваринництва. Найпоширенішою кормовою продукцією із риб і морепродуктів є кормове борошно. Його використовують для виготовлення комбікормів та безпосереднього згодовування сільськогосподарським тваринам, птиці, ставковій рибі, хутровим звірам. Виробництво борошна рибним господарством України забезпечує потребу сільського господарства на 8-10 відсотків.

Риба – високотехнологічна кулінарна сировина, з якої в різних країнах світу готують більше як 1000 видів страв. Рибна галузь забезпечує не тільки 25% повноцінного білка тваринного походження, але і різноманітність асортименту харчової продукції – понад 2500 видів свіжої, солоні, копченої, в'яленої риби, пресервів, напівфабрикатів, продукції із

ракоподібних, молюсків, водоростей.

Рибництво є підгалуззю рибного господарства з розведення та вирощування риби та інших водних живих ресурсів у спеціально створених штучних умовах або визначених для цього рибогосподарських водних об'єктах.

Вінницька область має великий потенціал у галузі рибництва, оскільки розташована в басейнах найбільш зарегульованих річок України – Південного Бугу (62% території області), Дністра (28%), Росі (10%) [4, с. 6].

За результатами останньої інвентаризації, проведеної Бузьким управлінням водних ресурсів у Вінницькій області, станом на 1.01.2012 року на території області налічується 4817 ставів, загальною площею 24299 га. 1930 ставів (загальною площею 12556 га) місцевими державними адміністраціями передано в оренду підприємствам, одноосібникам здебільшого з метою розведення та вирощування товарної риби. П'ята частина всіх рибницьких господарств області (без урахування одноосібних) – фермерські.

Необхідно зазначити, що ставкове рибництво – це вирощування товарної риби у спеціально пристосованих або побудованих для цієї мети водоймах. Ставкове господарство може бути повним (повносистемним) або неповним (неповносистемним). У повносистемному товарному господарстві рибу вирощують від стадії ікринки до товарної. У неповносистемних господарствах вирощується: садковий матеріал товарної риби; в племінному – племінних плідників для риборозплідників; товарна риба з рибопосадкового матеріалу.

Фермерські рибницькі господарства Вінниччини здебільшого неповносистемні.

Основним джерелом оперативної та точної інформації про розвиток виробництва, виконання господарських операцій є облік та звітність.

Перехід до ринкової економіки вимагає від фермерів значно збільшити обсяг інформації, що характеризує їх господарську діяльність. З боку зовнішніх суб'єктів також виникає відповідний інтерес до результатів діяльності фермерських господарств. Збільшується також обсяг інформації щодо попиту на продукцію, яка виробляється, можливості її збуту при визначених умовах і вимогах, матеріально-технічному забезпеченні виробництва цієї продукції, про основне виробництво та його інноваційну привабливість [5, с. 64].

Мінімальна потреба власника фермерського господарства рибницької галузі у облікових даних обмежується необхідністю визначення виробничих

витрат, валового доходу для встановлення рівня прибутковості господарювання та складання звітності. Проте якісна організація обліку сприяє ефективному плануванню діяльності підприємства, виявленню внутрішньогосподарських резервів, посилює функцію контролю наявних ресурсів.

Власне організація та ведення бухгалтерського обліку в фермерських господарствах регулюється Методичними рекомендаціями з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах, затверджених наказом Міністерства агрополітики від 2001.07.02 № 189, де напрацьовано та пояснено сумісні з сучасною практикою господарювання облікові інструменти. Ними передбачається кілька форм і способів ведення обліку для фермерських господарств: проста форма обліку; спрощена форма фермерського обліку; за спрощеним планом рахунків; за планом рахунків [2].

Трактування поняття «облікова політика» як у міжнародних стандартах бухгалтерського обліку, так і в українському законодавстві передбачає, що підприємство до початку звітного періоду обирає в межах, встановлених стандартами або іншими нормативними документами, певні методи, методики, способи оцінки, форми організації обліку тощо, які використовуються ним для ведення поточного обліку і складання фінансової звітності. З одного боку, це забезпечує однозначність тлумачення показників фінансової звітності, а з іншого – створює умови для здійснення фінансового менеджменту.

Дамо власне визначення облікової політики – це комплекс методичних, технічних, організаційних заходів бухгалтерського обліку, що обираються підприємством із запропонованих або розробляються самостійно, з урахуванням особливостей діяльності, для забезпечення безперервного відображення якісної, достовірної та повної інформації на всіх етапах від первинного спостереження до складання звітності.

Обрані методичні, організаційні та технічні заходи бухгалтерського обліку відображаються в наказі фермерського господарства про облікову політику. Вимоги, які чітко встановлені законодавством, у наказ можна не вносити, оскільки їх дотримання є обов'язковим для всіх рибницьких господарств.

Розглянемо основні питання, які потребують визначення в наказі про облікову політику фермерського господарства рибницької галузі (таблиця 1).

Таблиця 1. Питання, які потребують визначення в наказі про облікову політику рибницького господарства*

Питання, що потребують визначення	Підстава внесення до Наказу про облікову політику
1	2
Методи оцінки вибуття запасів	Можуть застосовуватись одразу декілька методів, проте для всіх одиниць бухгалтерського обліку запасів, що мають однакове призначення та однакові умови використання, застосовується тільки один із можливих методів (п.16 П(С)БО 9). Прийнята номенклатура запасів у розрізі назв, номенклатурних номерів і груп додається окремим додатком до Наказу.
Періодичність визначення середньозваженої собівартості одиниці запасів	Якщо обрано оцінку вибуття запасів за середньозваженою собівартістю (за кожною одиницею запасів діленням сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця і одержаних у звітному місяці запасів (п.18 П(С)БО 9), то підприємство має встановити її періодичність. Визначення середньозваженої собівартості одиниці запасів рекомендується здійснювати щомісячно. (Наказ Мінагрополітики України від 17.12.2007 р. N 921).

Продовження таблиці 1

1	2
Транспортно-заготівельні витрати та їх розподіл	Транспортно-заготівельні витрати, пов'язані з придбанням запасів, рекомендується відносити на вартість тих запасів, у зв'язку з придбанням яких ці витрати понесені. Якщо транспортно-заготівельні витрати відображають на окремому субрахунку, то їх сума щомісяця розподіляється між сумою залишку запасів на кінець звітної місяця та сумою запасів, що вибули за звітний місяць (наказ Мінагрополітики України від 17.12.2007 р. N 921).
Методи амортизації необоротних активів	Метод амортизації обирається підприємством з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод одночасно з визначенням строку корисного використання об'єкта (п 23 П(С)БО 7) та на розсуд підприємства може встановлюватись як для кожної класифікаційної групи основних засобів, так і для конкретних об'єктів протягом усього строку корисного використання. Склад постійно діючої комісії (для визначення строку корисного використання необоротних активів та вибору методу їх амортизації) додається окремим додатком до Наказу. Рибницьким господарствам рекомендовано застосовувати податковий або прямолінійний метод нарахування амортизації (Наказ Мінагрополітики України від 17.12.2007 р. N 921).
Застосування класу 8 або 9 Плану рахунків бухгалтерського обліку	Рибницьке господарство має право обирати між трьома способами обліку витрат діяльності: – з використанням 8-го класу рахунків «Витрати за елементами»; – з використанням 9-го класу рахунків «Витрати діяльності»; – з одночасним використанням 8-го і 9-го класів рахунків (Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій). Перелік рахунків та субрахунків для обліку витрат передбачається у робочому плані рахунків, що додається до Наказу окремим додатком.
Перелік і склад змінних і постійних загально-виробничих витрат, базу їх розподілу	Оскільки біотехнологічні процеси у рибництві досить складні, то визначення та облік витрат, що регулюється П(С)БО 16 «Витрати» та П(С)БО 30 «Біологічні активи», підлягають уточненню, залежно від особливостей організації виробництва. Також господарство обирає базу розподілу непрямих витрат (пропорційно вартості матеріалів, витрачених при виробництві конкретного виду продукції; прямим витратам; заробітної плати робітників, які зайняті в процесі виробництва конкретного виду продукції; годин праці) (п.16 П(С)БО 16).
Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг)	Пунктом 17 П(С)БО 30 передбачено можливість самостійного визначення підприємством статей калькулювання. Такий перелік оформляють додатком до Наказу. Специфіка виробничого процесу в рибництві спонукає використовувати попередільний (попроцесний) метод калькулювання витрат, якому властиве багатоступеневе визначення собівартості.
Розподіл витрат допоміжних виробництв	Допоміжні виробництва рибницьких господарств можуть виконувати роботи: – підрозділам свого підприємства, тоді витрати прямо відносяться на об'єкт, або ж розподіляються пропорційно до обраного показника (прямих витрат, обсягу вирощеної риби в натуральних або вартісних показниках, площі приміщень, що опалюється тощо); - на сторону, тоді витрати розподіляються між замовленнями. Для цього відкривається окремий субрахунок до рахунку 23 «Виробництво».
Вартісні ознаки віднесення об'єктів до малоцінних необоротних матеріальних активів	До складу малоцінних необоротних матеріальних активів рекомендується відносити матеріальні активи, строк корисного використання (експлуатації) яких більше 1 року та вартість (без ПДВ) менше 1000 грн. за одиницю (п.5 П(С)БО 7)
Методи амортизації малоцінних необоротних матеріальних активів	Амортизація може нараховуватись: – 50% вартості об'єкта, що амортизується, у першому місяці його використання, решта 50% у місяці його вилучення з активів; – 100 % у першому місяці використання об'єкта (по об'єктах вартість яких (без ПДВ) менше 50 грн) (Наказ Мінагрополітики України від 17.12.2007 N 921).
Метод обчислення резерву сумнівних боргів	Рибницьке господарство може обрати один з методів обчислення резерву сумнівних боргів: – метод абсолютної суми сумнівної заборгованості (доцільно застосовувати підприємствам з невеликою кількістю дебіторів); – метод застосування коефіцієнта сумнівності (на підставі визначення питомої ваги безнадійних боргів у чистому доході; на підставі класифікації дебіторської заборгованості за строками непогашення; на підставі визначення питомої ваги списаної дебіторської заборгованості в сумі дебіторської заборгованості). (п.8 П(С)БО 10).
Перелік створюваних забезпечень майбутніх витрат і платежів	До основних видів забезпечень, які можуть створюватись рибницькими господарствами, належать: – забезпечення виплат персоналу (відповідно до листа Мінфіну України від 09.06.2006 р. № 31-34000-20-25/12321, підприємства зобов'язані створювати забезпечення (резерви) на оплату відпусток); – додаткове пенсійне забезпечення; – виконання гарантійних зобов'язань; – реструктуризація; – виконання зобов'язань за ризиковими (обтяжливими) контрактами тощо.

Продовження таблиці 1

1	2
Порядок оцінки ступеня завершеності операцій з надання послуг	Оцінка ступеня завершеності операцій з надання послуг рибницькими господарствами може проводитись: <ul style="list-style-type: none"> – вивченням виконаної роботи; – визначенням питомої ваги обсягу послуг, наданих на певну дату, у загальному обсязі послуг, які мають бути надані; – визначенням питомої ваги витрат, яких зазнає підприємство у зв'язку із наданням послуг, у загальній очікуваній сумі таких витрат. Сума витрат, здійснених на певну дату, містить тільки ті витрати, які відображають обсяг наданих послуг на цю саму дату.(п11.П(С)БО 15).
Сегменти, пріоритетного виду сегмента, засади ціноутворення у внутрішньогосподарських розрахунках	Залежно від організаційної структури господарства можуть виділятися господарські та географічні сегменти. За характером впливу на фінансовий результат звичайної діяльності підприємства звітні сегменти поділяються на пріоритетні і допоміжні. Відповідно до п.17 П(С)БО 29, критерії поділу на сегменти, ознаки віднесення до відповідних груп та засади ціноутворення у внутрішньогосподарських розрахунках визначаються підприємством самостійно. За необхідності, перелік сегментів додається окремим додатком до Наказу.
Поріг суттєвості щодо окремих об'єктів обліку	Для визначення суттєвості окремих операцій об'єктів обліку, що відносяться до активів, зобов'язань і власного капіталу підприємства, за орієнтований поріг суттєвості приймається величина у 5 відсотків від підсумку відповідно всіх активів, всіх зобов'язань і власного капіталу. Для визначення суттєвості окремих видів доходів і витрат орієнтованим порогом суттєвості рекомендується величина, що дорівнює 2 відсоткам чистого прибутку (збитку) підприємства. Порогом суттєвості з метою відображення переоцінки або зменшення корисності об'єктів обліку може прийматися величина, що дорівнює 1 відсотку чистого прибутку (збитку) підприємства, або величина, що дорівнює 10-відсотковому відхиленню залишкової вартості об'єктів обліку від їх справедливої вартості. (Наказ Мінагрополітики України від17.12.2007 N 921).
Переоцінка (індексація) необоротних активів	Переоцінку об'єктів основних засобів рибницьким господарствам рекомендовано здійснювати, у випадках, якщо залишкова вартість такого об'єкта істотно відрізняється від його справедливої вартості на дату балансу(п. 16 П(С)БО 7. Рекомендується проводити переоцінку основних засобів, якщо їх залишкова вартість більш ніж на 10 відсотків відрізняється від справедливої вартості на дату балансу. (Наказ Мінагрополітики України від 17.12.2007 N 921). Рішення про переоцінку об'єктів певної групи основних засобів приймається постійно діючою комісією підприємства.
Віднесення витрат на поліпшення та підтримання у робочому стані основних засобів	Витрати, пов'язані із поліпшенням стану об'єкта (модернізація, модифікація, добудова, реконструкція тощо), які призведуть до зростання майбутніх економічних вигод, очікуваних від використання об'єкта, відносити на збільшення первісної вартості основних засобів після їх введення в експлуатацію (п. 14 П(С)БО 7). Витрати, що виконані з метою підтримання об'єкта у робочому стані та одержання первісно визначеної суми майбутніх економічних вигод від його використання, включати до складу витрат (п. 15 П(С)БО 7).
Організації аналітичного обліку надходження та використання коштів цільового фінансування	Кошти отримані у вигляді цільового фінансування рекомендується відображати відповідно до п. 16-19 П(С)БО 15. Облік та узагальнення інформації про наявність та рух коштів фінансування заходів цільового призначення (в тому числі отримана гуманітарна допомога) ведеться на рахунку 48 «Цільове фінансування і цільові надходження». Аналітичний облік коштів цільового фінансування і цільових надходжень та їх витрачання провадиться за їх призначенням та джерелами надходжень (кошти отримані з державного бюджету, позабюджетних фондів, цільові внески фізичних та юридичних осіб тощо).
Бази розподілу витрат за операціями з інструментами власного капіталу	Бази розподілу витрат за операціями з інструментами власного капіталу: <ul style="list-style-type: none"> – витрати на випуск або придбання інструментів власного капіталу відображаються зменшенням додатково вкладеного капіталу, а при його відсутності нерозподіленим прибутком (збільшенням непокритого збитку); – витрати, пов'язані з випуском складного фінансового інструменту власного капіталу, розподіляються емітентом між елементами зобов'язань і власного капіталу пропорційно розподілу надходжень від такого випуску; – витрати, пов'язані з декількома операціями з інструментами власного капіталу, розподіляються між цими операціями з використанням обґрунтованої бази розподілу (кількість акцій, сума операції і т.ін.), яка обирається підприємством і застосовується послідовно. (Наказ Мінагрополітики України від17.12.2007 N 921).

Продовження таблиці 1

1	2
Періодичність відображення відстрочених податкових активів та зобов'язань	Якщо підприємство є платником податку на прибуток, то відображення у фінансовій звітності відстрочених податкових активів і відстрочених податкових зобов'язань здійснюється відповідно до вимог П(С)БО 17. Відстрочені податкові активи та відстрочені податкові зобов'язання обчислюють на звітну дату та наводять у проміжній звітності.
Використання прибутку	У наказі про облікову політику підприємства рекомендується вказати шляхи використання прибутку. При формуванні резервного капіталу, необхідно вказати якій відсоток отриманого прибутку до нього перераховується (Наказ Мінагрополітики України від 17.12.2007 N 921).
Облік біологічних активів	Враховуючи галузеві особливості, у рибництві здійснюється лише облік додаткових біологічних активів і сільськогосподарської продукції. (П(С)БО 30). Товарну рибу віднесено до сільськогосподарської продукції. Додатковими біологічними активами є мальки, цьоголітки, однорічка, ремонтний молодняк. У наказі про облікову політику підприємства рекомендується визначити об'єкти обліку біологічних активів та з огляду на це може бути сформований робочий План рахунків підприємства.
Інвентаризація	Наказ про облікову політику має містити об'єкти та періодичність проведення інвентаризації. Підприємство самостійно встановлює кількість інвентаризацій на рік, строки їх проведення, перелік майна і розрахунків, окрім випадків проведення обов'язкової інвентаризації, передбачених законодавством.

** Складено автором на підставі опрацьованої літератури*

У переліку основних додатків до наказу про облікову політику рибницького господарства будуть наступні:

1. Склад постійно діючої комісії (для визначення строку корисного використання необоротних активів, вибору методу їх амортизації, проведення інвентаризації).

2. Робочий план рахунків (з субрахунками аналітичного обліку).

3. Графік документообігу.

4. Номенклатура запасів за назвами, номенклатурними номерами і групами.

5. Перелік статей калькулювання витрат.

6. Перелік сегментів, відповідно до організаційної структури господарства.

7. Перелік осіб, які мають право підпису первинних документів (платіжно-розрахункових, документів на зовнішнє переміщення матеріальних цінностей).

8. Форми самостійно створених первинних документів.

9. Умови зберігання первинних документів та облікових реєстрів.

10. Перелік осіб, що зобов'язані здійснювати внутрішній контроль (внутрішній аудит) результатів обліку та даних звітності.

Отже, погоджуємося з думкою більшості науковців і практиків, що формування облікової політики — це процес надзвичайно відповідальний та трудомісткий, який значною мірою залежить від досвіду та кваліфікації персоналу, що цим займається. Крім того,

процесу формування облікової політики на підприємстві передувє значна робота з досконалого вивчення законодавчо-нормативних документів, аналітична робота та перспективні розрахунки.

В умовах ринку фермерське господарство рибницької галузі, як окрема підприємницька одиниця, розглядається різними економічними агентами через призму його фінансово-економічних показників. Це стимулює керівників вживати заходів щодо посилення дієвості функцій обліку, контролю, аналізу та планування на мікрорівні.

Успішна діяльність фермерських господарств та ефективні ділові відносини з ринковим середовищем вимагають забезпечення їх керівників чіткою системою облікової інформації. Основним джерелом інформації про розвиток виробництва, виконання господарських операцій є бухгалтерський облік. Крім того, фермерським господарствам як юридичним особам необхідно обов'язково складати фінансову звітність. Тому для цих господарств облікова політика дає змогу оптимально поєднати правовий, організаційний і економічний механізми господарювання.

Ведення бухгалтерського обліку в фермерських господарствах — показник високої культури діяльності. Правильно організована облікова політика — це необхідна передумова охорони майнових прав і законних інтересів фермера та інших працівників господарства.

Список літератури

1. Про фермерське господарство : Закон України від 19.06.2003р. № 973-IV : за станом на 9 грудня 2012р. / Верховна Рада України. – Офіц. Вид. – К.: Парлам.вид-во, 2003. № 45. – С. – 363-385.
2. Про затвердження Методичних рекомендацій з організації та ведення бухгалтерського обліку в селянських (фермерських) господарствах : наказ Міністерства аграрної політики України від 2001.07.02 №189 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uazakon.com/document/spart28/inx28283.htm>
3. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buhgalter911.com/Res/PSBO/PSBO.aspx>
4. Водний фонд Вінницької області: каталог-довідник / [авт.упоряд. Юрій Гавриков]. – Вінниця, 2006. – 115 с.
5. Бутинець Ф.Ф. Теорія бухгалтерського обліку : [підручник] / Ф.Ф. Бутинець. – [3-є вид. доп. і перероб.] – Житомир: ЖІТІ, 2003. – 640 с.
6. Вдовенко Н. М. Сучасний стан та напрями розвитку рибного господарства в Україні / Наталя Вдовенко // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 15-20.

-
7. Вдовенко Н. М. Бухгалтерський облік у рибництві: особливості формування облікової політики: [навчальний посібник] / Н. М. Вдовенко. – К.: ЗАТ «Дорадо», 2007. – 327 с.
 8. Голов С. Ф. Бухгалтерський облік в Україні: аналіз стану та перспективи розвитку: [монографія] / С. Ф. Голов. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 522 с.
 9. Гринжєвський М. В. Інтенсифікація виробництва продукції аквакультури у внутрішніх водоймах України / М. В. Гринжєвський. – К.: Світ, 2000. – 190 с.
 10. Гринжєвський М. В. Словник-довідник науково-виробничих термінів і понять у рибному і водному господарствах / М. В. Гринжєвський, В. М. Єрко, А. В. Пекарський. – К.: Вища освіта, 2002. – 303 с.

РЕЗЮМЕ

Пылявец Елена

Организация учетной политики в фермерских хозяйствах рыбоводческой отрасли

В статье рассмотрено значение продукции рыбоводческой отрасли в разных сферах ее использования, сформулировано собственное определение понятия «учетная политика», установлен порядок и необходимость формирования учетной политики фермерскими хозяйствами, раскрыты основные вопросы, требующие определения в приказе об учетной политике рыбоводческого хозяйства.

RESUME

Pylyavets Olena

Organization of accounting policies a fish-breeding farms

In the article the value of products of fish-farming industry is considered in the different spheres of its use. The autor's determination of concept «registration policy» is formulated. The order and necessity of forming of registration policy by farms are proved. Basic questions which need determination in an order about the registration policy of fish-farming economy are exposed.

Стаття надійшла до редакції 28.02.2013 р.

ОБОСНОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ОСНОВЕ УЧЕТНОЙ ИНФОРМАЦИИ

Статья посвящена процессу принятия решений. Она включает целый ряд стадий и операций. Вопросы о том, сколько и какие именно стадии должен пройти процесс принятия решений, каково конкретное содержание каждой из них, – спорные и неодинаково решаются руководителями. Это зависит от их квалификации, ситуации, стиля руководства и культуры организации. Важно, чтобы каждый руководитель понимал сильные стороны и ограничения каждого подхода и процедуры принятия решения, умел выбрать лучший вариант с учетом ситуации и собственного стиля управления.

Ключевые слова: стратегические решения, целевое управление, целеполагание, управленческая деятельность, принятия решения.

Теория принятия решений – это аналитический подход к выбору наилучшей альтернативы или последовательности действий. Они зависят от степени определенности возможных исходов или последствий, с которыми сталкивается лицо, принимающее решения (ЛПР).

Эффективность принятого решения зависит не только от комплекта взаимосвязанных задач, но и от организации работы персонала управления, используемых им методов управления. Исходя из этого, при принятии решения следует учитывать связи и зависимости внутри каждой системы управления, между ее составными элементами, между формами организации и содержанием работы персонала.

Цель – базовое понятие в системном подходе к выявлению взаимосвязей категорий теории принятия решений.

Внедрение новых технических средств сбора, передачи, обработки отображения и документирования информации создает объективные предпосылки для повышения эффективности принимаемых решений. Однако эти возможности реализуются в том случае, когда с внедрением новых средств будут изменяться механизм управления, формы и методы деятельности персонала управления, т. е. предполагается:

- создание для каждого «бизнеса» как объекта управления соответствующей системы управления;
- постепенное совершенствование организационных форм и методов управления по мере освоения персоналом средств автоматизации и автоматизированных систем управления;
- планомерная переподготовка персонала управления и лиц, принимающих решения.

Учет закономерности единства организационно-методологических основ на всех уровнях управления дает возможность с позиций научного подхода:

- определить структуру системы управления совместно действующими организациями;
- обеспечить взаимодействие органов управления и содействие им;
- обоснованно распределить функции управления и учесть иерархические особенности на уровнях управления в процессе совместного принятия решений.

К стратегическим относятся вопросы, затрагивающие различные взаимосвязанные аспекты деятельности фирмы, которые взятые вместе определяют эффективность достижения намеченных целей. Эти вопросы связываются со стратегическими решениями, а процесс принятия и реализации этих основных (или стратегических) решений может быть определен как процесс стратегического менеджмента.

Основа разработки стратегического решения — проблема выбора стратегии организации и определение механизма управления реализацией стратегической плановой деятельности персонала, способствующей достижению цели предприятия и выполнению его миссии. Учитывая, что решение — это результат системной деятельности лиц, принимающих его, роль и место стратегических управленческих решений в экономической деятельности, в сфере современного бизнеса определяются закономерными процессами трансформации общественных систем, переходом от эпохи массового производства к эпохе массового сбыта. С наступлением «постиндустриальной эпохи» трансформируется система управления. Решающее влияние на это оказывает изменчивость технологической и внешней среды. Трудности становления общественного производства обусловили и усложнение системы управления.

Управленческая деятельность также стала требовать от руководителя нового подхода. Управление предприятием как вид профессиональной деятельности базируется на обоснованном применении управленческих технологий.

Управленческая технология — это искусство, мастерство, умение осуществлять управленческое воздействие для достижения целей. Управленческая технология включает совокупность:

- методов и средств сбора и обработки информации;
- приемов эффективного воздействия на работников;
- принципов, законов и закономерностей организации и управления;
- систем контроля.

Основными объектами этой технологии являются человек, организация, общество.

В отличие от технократических технологий (машиностроение, металлообработка и др.) объекты

управленческой технологии не являются детерминированными. Поэтому нахождение общего (определенного) и особенного (неопределенного) в объекте управления является важной задачей любого руководителя и исследователя.

Управление по целям (целевое управление) – это осуществление управления и управляющих воздействий таким образом, чтобы ориентировать деятельность управляемого объекта на достижение определенных ранее поставленных целей и задач.

Так как основой программно-целевого управления является бизнес-план, то при его подготовке необходимо, прежде всего, решить для себя: какую цель (или цели) вы преследуете этой разработкой, постараться сформулировать эту цель в письменном виде. Цели разработки могут быть различными, например:

- уяснить самому степень реальности достижения обозначенных результатов в завершённом проекте или техническом решении;
- убедить коллег в реальности достижения определенных качественных или количественных показателей программы проекта;
- подготовить общественное мнение к проведению акционирования предприятия по предложенной схеме, которую автор считает оптимальной;
- доказать определенному кругу лиц целесообразность перестройки работы и организации существующей или создания новой фирмы;
- для привлечения внимания и усиления заинтересованности потенциального инвестора и т. д.

При разработке, согласовании или утверждении цели руководитель должен проверить наличие каждой ее составляющей. Отсутствие даже одной составляющей делает цель нереализуемой.

Программно-целевое управление – один из видов управления, в основе которого лежит ориентация деятельности на достижение поставленных целей. При программном управлении во главу угла ставится не сложившаяся организационная структура, а управление элементами программы, программными действиями. Это управление может быть реализовано тремя способами: как простое целевое, целеполагание, регламентное управление.

1. Простое целевое управление предусматривает разработку руководителем только сроков конечной цели управления без указания механизма ее достижения. При этом возможно не достижение цели

или уход от цели. Цель может быть достигнута в предусмотренные сроки или раньше, цель может быть достигнута за пределами времени ожидания.

Таким образом, простое целевое управление дает значительную свободу подчиненным для инициативных решений, но достижение цели не гарантируется.

2. Целеполагание предусматривает разработку руководителем целей управления и механизма реализации, а также сроков и состояний промежуточных значений процесса. При этом цель будет достигнута в предусмотренные сроки.

3. Регламентное управление предусматривает разработку руководителем конечной цели управления и ограничений на параметры и ресурсы. При этом допускается движение только в направлении к цели при заданном ограничении ресурсов (возможны и остановки). Цель будет обязательно достигнута, но в сроки, трудно определяемые заранее.

Целеполагание и регламентное управление относятся к научному управлению, а простое целевое управление – к управлению на уровне «опыта».

Программно-целевое управление включает также научный подход к решению проблем, связанных с риском (риск-менеджмент). Управление риском основывается на шести стратегиях.

1. Уклонение от деятельности, содержащей определенный риск.

2. Полная компенсация ответственности за риск собственными средствами.

– Распределение риска за счет создания в качестве подразделений основной организации сети самостоятельных венчурных фирм с ограниченной ответственностью.

– Продажа (передача) ответственности за риск другому лицу, например, страховщику на условиях возмещения.

– Сокращение возможных отрицательных последствий от риска с помощью превентивных мер, например, создание системы пожаротушения, неприкосновенного запаса сырья, формирования разнотипных акций и т. д.

6. Ставка на риск, использование всех ресурсов в одной сфере деятельности.

Если стратегический план не отражает внешних и внутренних изменений, которые, вероятно, будут происходить в течение планового периода, не содержит конкретных мер мероприятий и инструментов по их учету, то его можно считать бесполезным, потому что он не учитывает реальности.

Таблица 1. Приоритеты вариантов целевого управления

Тип предприятия	Приоритеты целевого управления
Общество с ограниченной ответственностью	Простое целевое Регламентное Целеполагание
Товарищество, общество с ограниченной и дополнительной ответственностью	Целеполагание Регламентное Простое целевое
Акционерное общество	Целеполагание Регламентное Простое целевое

Таблица 2. Стратегии риска

Размер возможного ущерба	Вероятность риска	
	высокая	невысокая
Все ресурсы	Ставка на риск	-
Большой	Уклонение и сокращение	Продажа
Небольшой	Ответственность и сокращение	Ответственность и распределение

Программно-целевой план имеет так называемые «срезы»:

«временной» – предусматривает существование долгосрочных планов, проектов и программ (последние по сроку могут быть более или менее длительными относительно системы программно-целевого управления);

«инструментный» – инструменты для выполнения программно-целевых планов являются средне- и краткосрочные планы и бюджеты;

«функциональный» — определяет направления и темпы развития (сокращения) отдельных функциональных подсистем предприятия (маркетинг, производство и т. п.);

«ресурсный» – определяет потребности и возможности обеспечения отдельными видами ресурсов определенных исполнителей для реализации стратегических действий;

«исполнительный» – указывает на круг привлеченных к выполнению программно-целевых мероприятий звеньев и отдельных исполнителей, что предоставляет возможность построить адресную систему стимулирования.

Программно-целевой план имеет сложную внутреннюю структуру, которая отображает многоцелевой характер деятельности предприятия и предопределяет необходимость формирования системы планов, проектов и программ. Для небольших и средних предприятий может разрабатываться единый план с соответствующими разделами, а для больших предприятий и сложных организационных формирований – объединений нескольких предприятий типа ассоциаций, концернов и консорциумов – каждый раздел может иметь вид развернутого плана или программы.

Программно-целевые планы, проекты и программы ориентированы на развитие предприятия и в этих условиях — на продолжение его «жизненного цикла». Нужно отметить, что даже в условиях стагнации или кризиса необходимо разрабатывать стратегические планы, призванные решить наиболее важные проблемы в работе предприятия, и в зависимости от его состояния перевести его от стагнации к развитию или (в случае отсутствия перспектив) ликвидировать с наименьшими потерями для владельца.

Основой любого программно-целевого плана являются продуктово-товарные стратегии. Поэтому следует разграничить план привлечения новых потребителей и план поддержания контактов с имеющимися в наличии потребителями. На этой основе формируются планы распределения и рекламы, товарооборота, реализации и движения готовой продукции, в свою очередь, эти планы являются основой планов получения доходов, прибылей и т. п.

В любой науке обоснованность теоретических выводов и ценность практических рекомендаций по решению той или иной частной проблемы непосредственно зависят от правильного понимания явлений и процессов, которые относительно данной проблемы являются более общими, от методологий подхода к ее решению, мировоззренческих и общенаучных основ. С учетом этого методологического положения необходимо уяснить понятие «управленческое решение», его роль и место в управлении организациями. В социотехнических системах, основой которых являются социальные коллективы, управление, по существу, направлено на организацию деятельности персонала для достижения поставленных целей.

Список литературы

1. Баканов И. И. Теория экономического анализа : учебник. – 4-е изд., доп. и перераб. / И. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М: Финансы и статистика, 2001. – 416 с.
2. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархии /Т. Саати –М. : Радио и связь, 1993. – 278 с.
3. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией / М. И. Круглов –М. : Русск. дел. лит., 1998. – 768 с.
4. Белошапка В. А., Загорий Г.В. Стратегическое управление: учебник / В. А. Белошапка, Г.В. Загорий – К.: Абсолют – В, 1998. – 456 с.
5. Герчикова И. Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. – М. : Банки и биржи, 1995. – 512 с.
6. Малышкин А. И. Налоговый учет: Ситуации и решения: пособие/ А. И. Малышкин – К.: Либра, 1999. – 222 с.
7. Горицкая Н. Г. Бухгалтерский учет и финансовый анализ: практическое пособие/ Н. Г. Горицкая – К.: Бухгалтерия. Налоги. Бизнес, 2001. – 288 с.
8. Malone, David W.: An Introduction to the Application of Interpretive Structural Modeling, Proc. IEEE, vol. 63, no. 3, 1975. – pp. 397-404.

РЕЗЮМЕ

Резнікова Ольга

Обґрунтування стратегічних рішень на основі облікової інформації

Процес прийняття рішень складний і багатосторонній. Він містить цілий перелік стадій і операцій. Питання про те, скільки і які саме стадії повинен пройти процес прийняття рішень, яке конкретно утримання кожній із них, – суперечливі і неоднаково вирішуються керівниками. Це залежить від їх кваліфікації, ситуації, стилю керівництва і культури організації. Важливо, щоб кожен керівник розумів сильні сторони й обмеження кожного підходу і процедури ухвалення рішення, вмів вибрати кращий варіант з урахуванням ситуації і власного стилю управління.

RESUME

Reznikova Olga

Grounding of strategic decisions on the basis of accounting information

Decision-making process includes a number of stages and operations. The questions of how many and what kind of steps to go through the decision making process should be decided by the leaders. It is important that every manager understands the strengths and limitations of each approach and the decision in order to choose the best option in each situation and use his or her own management style.

Стаття надійшла до редакції 20.02.2013 р.

ОБЧИСЛЕННЯ І АНАЛІЗ ВИТРАТ ЧАСУ НА ВИПРАВЛЕННЯ БУХГАЛТЕРСЬКИХ ПОМИЛОК ЗА ДОПОМОГОЮ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ

Піднято проблему обчислення і аналізу витрат часу працівників бухгалтерії. Надано опис бухгалтерського обліку як бізнес-процесу, проведено аналіз публікацій українських і зарубіжних авторів на тему дослідження. Здійснено імітаційне моделювання процесу.

Ключові слова: бухгалтерський облік, бізнес-процес, помилки, робочий час, імітаційне моделювання, GPSS.

Останні структурні зміни в українській економіці, викликані вступом до Світової організації торгівлі, призводять до підвищення конкурентоспроможності національного господарства [6, с. 46]. Одним з важливих факторів конкурентоспроможності окремих підприємств є ефективність виробництва, якої прагнуть досягти керівники й менеджери. Неефективність роботи підприємств частково пов'язана з неправильною організацією бізнес-процесів на такому підприємстві, наявністю помилок і неточностей у таких процесах.

Метою статті є обчислення і аналіз часу, який витрачають працівники бухгалтерії, вимушені регулярно контролювати результати власної роботи і виправляти помилки, які виникають у процесі. Для такого обчислення запропоновано метод, котрий базується на можливостях програми GPSS World. Правильно написаний алгоритм дозволяє виконати наступні завдання: виявити міру завантаженості працівників, провести аналіз і зробити висновки щодо їхньої ефективності, здібності не припускати помилок, а також своєчасно виправляти такі помилки при їх виникненні.

Оскільки основним методом, який ми використовували, було імітаційне моделювання бізнес-процесу, необхідно продемонструвати, чому бухгалтерський облік узагалі можна вважати таким процесом. Нині економічна наука оперує безліччю визначень бізнес-процесів, більшість з них розроблені представниками сучасної американської економічної науки (економікс). Такі вчені, як Т. Девенпорт, Р. Йоханссон, Дж. Хеммер, М. Чампі, погоджуються, що бізнес-процес у найпростішій виставі оперує з вхідним матеріалом, апаратом перетворення і вихідним матеріалом, у якості чітко збудованої послідовності елементарних дій. Найбільш вдало ця думка сформульована в Девенпорта: «структурована, вимірювана множина видів діяльності, створена для виробництва певного виходу для конкретного клієнта або ринку» [7, с. 5]. Йоханссон, окрім того, дає наступні характеристики бізнес-процесу: визначеність (чітка обмеженість), впорядкованість, наявність користувача (споживача), наявність процесу додавання вартості, наявність крос-функцій і т. п. [9, с. 117].

Для наочності бізнес-процеси можуть бути візуалізовані за допомогою моделі або блок-схеми. Модель бізнес-процесів є спрощеною копією самої компанії: процесів (дій, функцій, завдань, обов'язків, що наявні в компанії), що відбуваються в ній, і їх

взаємозв'язків. Відображені в моделі бізнес-процеси повинні виконуватися працівниками без додаткових вказівок. Завдання керівника (компанії або відділу) – вирішувати ситуації, що виходять за межі інструкцій (але якщо вони повторюються часто, ці ситуації і способи їх рішення вносяться до інструкцій), а також розвивати, удосконалити компанію (відділ) загалом, дотримуючись місії, цілей і стратегії компанії.

Бухгалтерський облік, що інтегрує всі різновиди господарського обліку, застосовується в мікроекономічних масштабах суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від форм власності і господарювання. Залежно від обсягу і видів діяльності ці суб'єкти вибирають форму бухгалтерського обліку, деталізацію показників, необхідних для маркетингу, менеджменту і інших потреб управління. Але водночас усі суб'єкти господарювання, створюючи динамічну систему обліку, здійснюють певний комплекс процедур з чіткими вихідними (факти господарської діяльності) і вихідними (фінансова звітність) даними. Тому, розглядаючи бухгалтерський облік як бізнес-процес, можемо охарактеризувати його як сукупність процедур перетворення первинної інформації про господарські процеси. Ці процеси здійснюють підприємці з метою підвищення ефективності господарської діяльності.

Однією з головних ознак «класичного» бізнес-процесу є його складна внутрішня структура, що дозволяє відокремлювати в одному процесі кількість субпроцесів, розподіляти процес на більш чи менш самостійні елементи (етапи, стадії). Українські і зарубіжні вчені притримуються різноманітних поглядів щодо розподілу облікового процесу на етапи. Наприклад, професор Б. І. Валуєв виокремлює наступні стадії бухгалтерського обліку: фіксація, оцінка, групування, впровадження до системи рахунків, складання звітності [1, с. 72-75]. За Н. В. Пошерстник (Росія), існує чотири етапи облікового процесу. На двох перших реалізуються контрольні функції апарату бухгалтерії, на третьому – складаються затверджені форми фінансової звітності, на четвертому етапі облікова інформація використовується для аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства та прийняття відповідних управлінських рішень [3, с. 9-10].

Згідно з думкою Т. П. Сокольчик (Академія управління при Президенті Республіки Білорусь), «господарський облік як процес містить в собі наступні облікові стадії: реєстрацію, вимір, опрацювання та

узагальнення інформації» [4, с. 3]. Р. Лунават (Університет Міннесоти) наголошує, що обліковий процес складається з восьми етапів:

- занесення інформації про господарські операції до відповідних облікових журналів;
- перенесення інформації з облікових журналів до головної книги (general ledger);
- визначення рахунків;
- підготовка скорегованого пробного балансу (adjusted trial balance);
- підготовка фінансової звітності;
- замикання тимчасових рахунків;
- підготовка кінцевого пробного балансу (post-closing trial balance) [11, с. 3].

Подібна різниця у поглядах на структуру бухгалтерського бізнес-процесу відображає неоднакові підходи до бухгалтерської практики у різних країнах, а також певні особливості законодавчих систем.

Насправді проблема правильного моделювання і виконання бізнес-процесів характерна для економік будь-яких країн і будь-яких галузей підприємництва. Заданими, що наводить М. Гамбіні (Веронський університет), близько 54% промислових бізнес-процесів характеризуються відсутністю «міцності» (soundness), тобто такі процеси нездатні виконуватися за умови серйозного негативного впливу сторонніх чинників [8, с. 148].

Є й інші докази важливості зазначеної проблеми. Так дослідження компанії Logica продемонструвало, що підприємства Великобританії щорік втрачають до 1,7 млрд. фунтів через неправильну організацію бізнес-процесів, а біля третини спроб виправити помилки в процесах не приносять бажаного результату. Згідно з дослідженням консалтингової компанії Capgemini, спільно з Economist Intelligence Unit, близько 70% великих західноєвропейських фірм стикаються з труднощами втілення на практиці бізнес-процесів. Причина – помилки персоналу. Аналітики інвестиційної компанії Beyondscore, ґрунтуючись на вивченні діяльності 1000 банків, зробили висновок: у банківській і інвестиційній діяльності будь-який долар, витрачений на виконання неправильного бізнес-процесу, обертається втратою 4,5 доларів. Такий коефіцієнт виникає внаслідок складання сум, витрачених на виявлення помилки (quality control costs), втрат на подальших стадіях бізнес-процесу (downstream error costs) і витрат на виправлення помилок. [12, с. 1]

На кожному з етапів бухгалтерського бізнес-процесу виконавці можуть припуститися тих чи інших помилок, що впливають на результат процесу і, посереднім способом, на фінансові результати компанії. Як визнає

австрійський фахівець в галузі менеджменту, професор Ян Мендлінг, «Пошук помилок в бізнес-процесах – аналізівальне завдання, що вимагає ретельного підходу і налаштування. Для деяких класів моделей бізнес-процесів корисними при відшуканні «глухих кутів» та інших проблем можуть виявитися методики перевірки міцності, засновані на вживанні мереж Петрі. У будь-якому випадку, необхідно встановити точні величини збитку від помилок в бізнес-процесах і витрати на виправлення таких помилок» [10, с. 1191].

Для того, щоб установити такі величини в конкретних випадках, вчені і економісти-практики застосовують багато різноманітних комп'ютерних програм і алгоритмів. Одним із можливих варіантів є програмне середовище GPSS World (General Purpose Simulation System), яка значно полегшує процес імітаційного моделювання [5, с. 12]. Наведемо наступний простий приклад – відділ бухгалтерії з двома працівниками, що працюють повний робочий день (8 годин) реєструють факти господарської діяльності, оформляють відповідні документи в електронній та паперовій формах, а також здійснюють контроль і час від часу змушені виправляти власні помилки.

Пакети документів і повідомлення про факти господарських подій поступають до відділу з інтервалом від 10 до 40 хвилин (розподіл згідно з рівномірним законом) Використовуючи стандартні процедури й оператори мови GPSS, на опрацювання кожного пакета документів перший працівник витрачає від 25 до 40 хвилин, другий – від 41 до 49 хвилин (розподіл згідно з нормальним законом). Кожна операція супроводжується двома контрольними процедурами – перша (20±3 хв.) спрямована на фактичну перевірку даних, друга (15±2 хв.) – на перевірку документального оформлення. Коригування даних потребують у середньому 11% пакетів, виправлення оформлення – 4%. Частина документів (20% для першого типу помилок, 50% для іншого) при виправленні викликають необхідність у зміні інших пов'язаних документів, тому потребують повернення до старту бізнес-процесу.

Для перекладу запропонованих реалій на програмну мову назвемо двох працівників Buhg_1 і Buhg_2, стадію перевірки фактичних даних – Fakt, оформлення – Oforg. За одиницю часу обрано хвилину, тобто робоча зміна складатиметься з 480 таких одиниць (рядок GENERATE 480 наприкінці алгоритму). Зайнятість працівника доречно розраховувати за допомогою операнда Заупат, виправлення помилок – Вург. В основній частині алгоритму використано оператори мови GPSS (див. таблицю 1).

Таблиця 1. Використані в моделі оператори GPSS

Оператор GPSS	Пояснення
GENERATE	Система генерує новий пакет документів («транзакцію»)
TERMINATE	Система знищує пакет документів
ADVANCE	Затримка пакета документів (опрацювання, контроль)
SEIZE	Бухгалтер зайнятий
RELEASE	Бухгалтер готовий працювати над наступним завданням
TRANSFER	Передача пакета документів до нового блоку
QUEUE	Збільшення черги завдань перед бухгалтером
DEPART	Зменшення черги завдань перед бухгалтером

Крім того, для подальшого відображення результатів моделювання в окремому файлі

використано оператори OPEN, WRITE і команду «Catenate» [2, с. 58-59]. Таким чином, запис процесу на

мові GPSS буде мати наступний вигляд:

```
tabl_zanyat_1 QTABLE Zaynyat_1,0,1,35
tabl_zanyat_2 QTABLE Zaynyat_2,0,2,40
GENERATE (Uniform(1,10,40))
QUEUE Zaynyat_1
Fakt SEIZE Buhg_1
DEPART Zaynyat_1
ADVANCE (Normal(2,30,5))
RELEASE Buhg_1
ADVANCE 20,3
TRANSFER .110,,Vypr_1
QUEUE Zaynyat_2
Ofor SEIZE Buhg_2
DEPART Zaynyat_2
ADVANCE (Normal (3,45,4))
RELEASE Buhg_2
ADVANCE 15,2
TRANSFER .040,,Vypr_2
TERMINATE
Vypr_1 TRANSFER .200,,Fakt
TERMINATE
Vypr_2 TRANSFER .500,,Ofor
TERMINATE
GENERATE 480
OPEN ("Results.txt")
WRITE (Catenate("Opratsyovano 1-m",FC$Buhg_1))
WRITE (Catenate("Zavant 1-go",FR$Buhg_1/1000))
WRITE (Catenate("Opratsyovano 2-m",FC$Buhg_2))
WRITE (Catenate("Zavant 2-go",FR$Buhg_2/1000))
CLOSE
TERMINATE 1
START 1
```

Після завершення процесу симуляції програма створить текстовий файл Results.txt, де з'явиться наступна інформація щодо завантаженості обох працівників і виконаної ними роботи за добу:

```
Opratsyovano 1-m =15
Zavant 1-go=.9254425458739433
Opratsyovano 2-m =9
Zavant 2-go=.8016265926911086
TABLE MEAN STD.DEV.
TABL_ZAYNYAT_1 16.737 11.781
TABL_ZAYNYAT_2 42.068 23.716
```

Доповнення моделі інформацією щодо почасового окладу працівників бухгалтерії дозволяє легко перейти від показників часу до суто економічних результатів помилок.

Проведемо ще декілька імітацій, кожного разу змінюючи два аргументи операторів ADVANCE (сьомий та чотирнадцятий рядки). Тобто змінюватиметься середня кількість часу, що витрачає кожний працівник на перевірку і виправлення помилок. Коли параметр досягне критичного значення (у варіацію потраплятимуть відмінні числа, що не має сенсу для конкретного прикладу), система видаватиме попередження. На обраному інтервалі маємо наступну картину залежності зайнятості працівників Y1 і Y2 (у

коефіцієнтах) від часу (у хвиликах), що витрачається на пошук і виправлення фактичних помилок.

Моделі у текстовому відображенні можуть бути збережені на жорсткому диску у вигляді файлів з розширенням .gpr. Водночас для кращого відображення результатів і можливості безпосередньо порівняти моделі різних процесів на один і той самий момент часу, а також моделі одного процесу, що змінюється протягом часу – доцільно буде зберігати файли .gpr в одній базі даних. Сучасне програмне забезпечення надає багато різноманітних можливостей побудування та організації баз даних. На рисунку 2 наведено приклад бази даних у середовищі Microsoft Access.

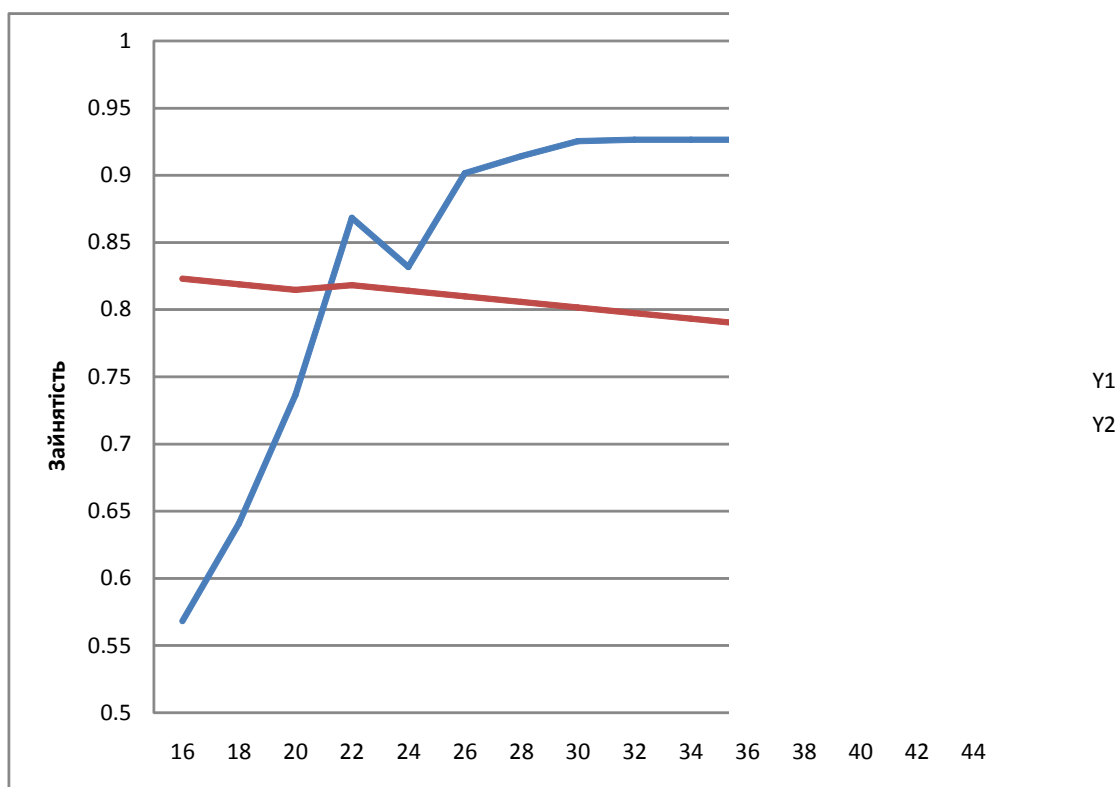


Рис. 1. Залежність зайнятості двох працівників бухгалтерії від часу на виправлення фактичних помилок в обліковому бізнес-процесі

N	Вірогідність помилки 1	Вірогідність помилки 2	Кількість працівників	Метод(-и) контролю	діаграма ADONIS	модель GPSS
1	0,11	0,04	2	ручний	Bitmap Image	Package
2	0,1	0,06	3	ручний + автоматизований	Bitmap Image	Package
3	0,09	0,08	2	ручний, документальний	Bitmap Image	Package
4	0,05	0,1	2	зустрічна перевірка	Bitmap Image	Package
5	0,06	0,03	3	контрольні підсумки	Bitmap Image	Package
6	0,03	0,04	3	автоматизований	Bitmap Image	Package

Рис. 2. Приклад організації результатів моделювання в середовищі Microsoft Access

Функція «object linking and embedding» (OLE) в Конструкторі Access дозволяє зв'язати базу даних Access із зовнішніми об'єктами, зокрема з файлами .gpr. Програма буде звертатися до них безпосередньо при обранні відповідної клітини. У сусідніх клітинах доцільно зберігати систематизовану інформацію щодо процесу (організаційні діаграми ADONIS, розрахунки в Excel, окремі чисельні дані щодо працівників і завдань та ін.)

Таким чином, на підставі проведених експериментів можна зробити наступні висновки.

1. Бухгалтерський облік є важливим допоміжним бізнес-процесом, який тісно пов'язаний з виробничими процесами на підприємстві і може бути розбитим на стадії та субпроцеси.

2. Використання методу імітаційного моделювання дозволяє провести аналіз бухгалтерського бізнес-

процесу як самостійної системи, де у вигляді транзакцій виступають пакети документів, а каналів обслуговування – працівники.

3. Зміна рівня важкості помилок призводить до нелінійних змін в організації робочого часу працівників бухгалтерії. У наведеному прикладі зайнятість першого бухгалтера різко зростає до максимальної (приблизно 92,5%) і залишається на цьому рівні, створюючи «черги» з документів, які потребують контролю. «Провал» у зайнятості другого бухгалтера можна пояснити затриманням цілого процесу через перевантаження першого працівника.

Подальші розвідки в цьому напрямку мають бути присвячені більш детальному обчисленню грошових витрат підприємства через помилки бухгалтерського обліку. Зокрема, до таких витрат відносяться штрафи, а також витрати внаслідок погіршення ділової репутації,

які не були враховані наведеною вище моделлю. інформації про кількість та масштаби помилок у бізнес-процесах.
Перспективним можна також вважати прогнозування майбутніх витрат підприємства на базі наявної

Список літератури

1. *Валуев, Б. В. Теория бухгалтерского учёта: учебное пособие [Текст] / Б. В. Валуев. – Одесса: Принт Мастер, 2002. – 272 с.*
2. *Кудрявцев, Е. М. GPSS World. Основы имитационного моделирования различных систем [Текст] / Е. М. Кудрявцев. – М.: ДМК Пресс, 2004. – 320 с.*
3. *Пошерстник Н. В. Бухгалтерский учёт на современном предприятии [Текст] / Н. В. Пошерстник. – М.: Велби, 2007. – 548 с.*
4. *Сокольчик Т. П. Бухгалтерский учёт и аудит: пособие [Текст] / Т. П. Сокольчик, В. Н. Градусова, Е. Г. Кобзик. – Минск: Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2009. – 263 с.*
5. *Томашевский В. Имитационное моделирование в среде GPSS [Текст] / В. Томашевский, Е. Жданова. – М.: Бестселлер, 2003. – 416 с.*
6. *Членство України в СОТ: інституційні та економічні ефекти [Електронний ресурс] / Ігор Бураковський, Вероніка Мовчан, Костянтин Кравчук та ін. – К.: Видавництво Інституту економічних досліджень і політичних консультацій, 2012. – Режим доступу: http://www.ier.com.ua/files/publications/News/2012/28.11.2012_presentations/Report_for_presentation_26-11-2012_final.pdf*
7. *Davenport, T. H. Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology [Текст] / Т. H. Davenport. – Boston: Harvard Business Press, 1993. – 337 с.*
8. *Gambini, M. Automated Error Correction of Business Process Models [Текст] / M. Gambini, M. La Rosa, S. Migliorini, A. T. M. Ter Hofstede. – Clermond-Ferrand: 9th International BPN Conference materials, 2011. – 420 с.*
9. *Johansson, H. J. Business Process Reengineering: Breakpoint Strategies for Market Dominance [Текст] / H. J. Johansson, P. McHugh, A. J. Pendlebury, W. A. Wheeler. – Chichester: John Wiley & Sons, 1993. – 256 с.*
10. *Mendling, J. Thresholds for Error Probability Measures of Business Process Models [Текст] / J. Mendling, L. Sanchez-Gonzalez, F. Garcia, M. La Rosa // Journal of Systems and Software. – 2012. – №5. – С. 1188-1197.*
11. *The Accounting Cycle Steps [Електронний ресурс] / R. Lunawat // University of Minnesota research and teaching papers. – 2008. – № 4 (The Accounting Cycle). – Режим доступу: <http://www.tc.umn.edu/~luna0028/Chapter4.pdf>*
12. *The Total Cost of Errors [Електронний ресурс] // BeyondCore, Inc. documents. – 2006. – Режим доступу: <https://sites.google.com/a/totalcostoferrors.com/www/home2>*

РЕЗЮМЕ

Савченко Ігорь

Подсчёт и анализ временных затрат на исправление бухгалтерских ошибок с помощью имитационного моделирования

Статья посвящена проблемам вычисления и анализа временных расходов работников бухгалтерии, которые в процессе своей работы вынуждены проводить тщательный контроль данных и исправлять ошибки в случае их возникновения. Бухгалтерский учёт описан как бизнес-процесс с характерными чертами, проведен анализ публикаций украинских и зарубежных авторов на тему исследования. Для выполнения исследования использованы методы имитационного моделирования и регрессионного анализа. Приведен пример использования предложенных методов в экономической практике.

RESUME

Savchenko Igor

Calculation and analysis of the time losses caused by accounting errors using simulation modeling

The article is dedicated to the problems of calculation and analysis of the time losses of accountants who are compelled to carry out careful control of the data and to correct emerging errors during the work. The accounting is described as business process with characteristic features. Analysis of the Ukrainian and foreign authors' publications which are connected with the research theme is carried out. Such methods as simulation modeling and regression analysis are used in the research. The example of the offered methods which has been used in the economic practice is added.

Стаття надійшла до редакції 27.02.2013 р.

Ніна СЕРКІНА

Львівський національний університет імені Івана Франка

Володимир ШВЕЦЬ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку і аудиту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ НАДХОДЖЕННЯ І ПЕРЕРАХУВАННЯ ЧЛЕНСЬКИХ ВНЕСКІВ У НЕПРИБУТКОВІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ КОНТРОЛЬ

Розглянуто сутність та особливості обліку членських внесків у неприбутковій організації. Наведено типову кореспонденцію бухгалтерських рахунків обліку їх надходження і перерахування.

Ключові слова: неприбуткова організація, вступний членський внесок, щомісячний членський внесок, нарахування, перерахування, облікова політика, звітність.

Побудова незалежної України тісно пов'язана з розвитком ефективного управління при обов'язковій участі громадськості. На сучасному етапі важливо не лише забезпечити економічне зростання, а й покращити якість життя населення, стан довкілля, забезпечити умови поступового розвитку економіки в майбутньому.

Втілення концепції сталого розвитку можливе лише за активного розвитку організацій, що належать до неприбуткового або «третього сектору» економіки. Світовий досвід доводить, що громадянське суспільство не може існувати без розвиненої мережі неприбуткових об'єднань громадян, яка забезпечує участь широких кіл громадськості в процесі розвитку. Такі об'єднання виконують функції посередника між державою і різними соціальними групами, захищаючи їхні права й інтереси; вони запобігають монополізації державою політичної, економічної та інших сфер життя суспільства, забезпечуючи громадський контроль за діяльністю держави і її структур. Не маючи за мету одержання прибутку, вони перерозподіляють ті, які є, і створюють додаткові фінансові, матеріальні, інтелектуальні та інші ресурси, спрямовані на задоволення приватних і суспільних інтересів. Завдяки таким об'єднанням громадськість також презентує державі власний погляд на різні проблеми – соціальні, культурні, економічні та ін.

Учасники неприбуткових організацій можуть вносити на умови і в порядку, передбачених їх установчими документами, майнові внески (вступні, членські, цільові тощо). Членські внески є важливою та невід'ємною ознакою організованих громадян у межах демократичного суспільства. Фактично, внески виступають гарантією стабільності підприємства, а також зацікавленості учасників у результативності його діяльності.

Аналіз останніх досліджень свідчить про те, що значна кількість вітчизняних вчених зосереджує свою увагу саме на обліку членських внесків у неприбуткових організаціях. Серед таких фахівців варто назвати Н. О. Гуру [7], Ю. А. Веригу [6], Р. Т. Джогу [8], Н. Лисенко, Г. Соколюк [9], Е. А. Савченко [10] та ін.

Метою статті є визначити особливості обліку надходження членських внесків у неприбуткових організаціях, а також вплив цих надходжень на діяльність установ.

До основних завдань статті належать такі:

- окреслення поняття членських внесків у неприбутковій організації;
- визначення особливостей їх обліку та контролю;
- характеристика подальшого розвитку, а також удосконалення обліку надходження і перерахування членських внесків у межах неприбуткової організації.

Визначення неприбуткової організації подається у Податковому кодексі України, згідно з яким останньою є самостійно господарюючий суб'єкт, який має права юридичної особи і здійснює діяльність, передбачену установчими документами [1], має самостійний баланс, поточні рахунки в банківських установах, печатку, реалізує соціальні і економічні програми та не спрямований на одержання прибутку [6, с. 45]. Необхідною умовою для отримання організаціями статусу неприбуткових є включення їх до Реєстру неприбуткових установ і організацій.

Неприбутковими установами та організаціями є [1]:

1. Органи державної влади України та місцеве самоврядування, Національна академія наук України;
2. Благодійні фонди і організації; громадські організації; науково-дослідні установи та вищі навчальні заклади III-IV рівнів акредитації, внесені до Державного реєстру наукових установ, яким надається підтримка держави; заповідники, музеї та музеї-заповідники;
3. Кредитні спілки, пенсійні фонди;
4. Спілки, асоціації та інші об'єднання юридичних осіб, створені для представлення інтересів засновників (членів, учасників), що утримуються лише за рахунок внесків таких засновників (членів, учасників) та не провадять господарську діяльність, за винятком отримання пасивних доходів;
6. Релігійні організації;
7. Житлово-будівельні кооперативи та об'єднання співвласників багатоквартирного будинку;
8. Професійні спілки та їх об'єднання;
9. Організації роботодавців та їх об'єднання;
10. Садівничі та гаражні кооперативи або товариства.

Членські внески – це грошові внески, які періодично сплачуються членами (учасниками) організації для забезпечення її поточної діяльності [1]. Сплата

членських внесків – одна із ознак належності учасника до неприбуткової організації, сприяння її діяльності й процвітання. Такі внески сплачуються готівкою або за безготівковим розрахунком за місцем перебування учасника на профспілковому обліку. При прийнятті та взятті на облік нових членів організації уповноважений неприбуткової організації зобов'язаний ознайомити їх із порядком сплати внесків, а при бажанні учасника робити це в безготівковому порядку – з порядком подання заяви роботодавцю про утримання внесків.

Основні засади обліку в неприбутковій організації загалом та надходження і перерахування членських внесків зокрема зазначені в обліковій політиці організації. Розмір вступних і щомісячних членських внесків встановлюється статутом неприбуткової організації. Учасники неприбуткової організації, які не працюють, особи, які тимчасово припинили роботу у зв'язку з вихованням дітей до досягнення ними шкільного віку, ті, що тимчасово не працюють з інших причин, сплачують щомісячні членські внески в розмірі, передбаченому внутрішніми інструкціями і положеннями установи. Названі категорії учасників організації можуть бути взагалі звільнені від сплати членських внесків, відповідно до рішення профспілки. Учасники неприбуткової організації, призвані на військову службу, звільнюються від сплати членських внесків. Сума нарахованої заробітної плати (стипендії, пенсії) для розрахунку вступних і щомісячних членських внесків визначається в гривнях [1].

Вступні членські внески сплачуються готівкою скарбнику неприбуткової організації за відомістю встановленої форми, яка зберігається в справах організації протягом усього періоду перебування учасника на обліку в цій організації та протягом 3 років після вибуття з неї. Щомісячні членські внески можуть за бажанням члена профспілки сплачуватися у безготівковому порядку через бухгалтерію підприємства, установи, організації або готівкою скарбнику неприбуткової організації. Безготівкова сплата щомісячних членських внесків проводиться за письмовою заявою учасника роботодавцю, яка зберігається в справах бухгалтерії протягом усього періоду перебування учасника на обліку в неприбутковій організації та протягом 3 років після вибуття з неї. Члени неприбуткової організації, які не бажають сплачувати членських внесків у безготівковому порядку, сплачують їх за відомістю скарбнику неприбуткової організації [1].

Підтвердженням щомісячної сплати членських внесків є:

- розрахунково-платіжна відомість на заробітну плату, особовий рахунок або розрахункова книжка члена неприбуткової організації – при безготівковому порядку сплати внесків;
- відомості сплати членських внесків – при сплаті їх готівкою.

При знятті з обліку в неприбутковій організації до облікової картки учасника вносяться позначки про сплату ним членських внесків за період перебування на обліку в цій організації. Облікова картка видається учаснику для подальшого взяття його на облік іншою організацією.

Учасники неприбуткової організації зобов'язані дотримуватися встановленого порядку сплати

членських внесків, а відповідальні за їх збір особи – забезпечувати облік та збереження коштів.

За рішенням неприбуткової організації членські внески можуть перераховуватися:

- безпосередньо на рахунок організації;
- у відсотковому відношенні неприбутковій організації та вищим за рівнем організаціям;
- тільки вищим за рівнем організаціям при касово-розрахунковому порядку обслуговування ними неприбуткової організації.

Для перерахування членських внесків на поточні рахунки неприбуткової організації оформляються відповідні платіжні доручення. У призначенні платежу вказуються:

- місяць, за який утримано внески;
- загальна сума внесків;
- відсотки й розміри перерахувань на поточні рахунки неприбуткової організації.

Членські внески, сплачені відповідальній особі готівкою за відомістю, здаються за прибутковим касовим ордером скарбнику неприбуткової організації, який перераховує їх на поточний рахунок організації в установі банку. Типова кореспонденція бухгалтерських рахунків надходження й перерахування членських внесків наведена в табл. 1. Уповноважені особи неприбуткових організацій періодично, у терміни, визначені договором, проводять звірку повноти збору й перерахування внесків, про що складається відповідний акт. Контроль за утриманням членських внесків, своєчасністю та повнотою їх перерахування на поточні рахунки неприбуткової організації здійснює ревізійна комісія неприбуткової організації.

У разі виявлення фактів неправильного нарахування членських внесків, несвоєчасного й неповного перерахування їх організаційним ланкам складається акт у встановленому порядку і вживаються заходи для усунення недоліків. Спори, пов'язані з невиконанням колективних договорів, угод щодо сплати членських внесків, підлягають урегулюванню в досудовому порядку шляхом переговорів між сторонами. При недосягненні згоди спори розглядаються в суді [1].

Облік цільового фінансування згідно із національними стандартами бухгалтерського обліку має певні особливості [5]: цільове фінансування не визнається доходом доти, поки не існує підтвердження того, що воно буде отримане та організація виконає умови щодо такого фінансування. Тому доцільно не відображати цільове фінансування в момент його нарахування в синтетичному обліку, а відображати тільки в аналітичному. Бухгалтерські ж проведення робити в момент отримання коштів з одночасним відображенням доходу.

На основі даних, одержаних у процесі обліку, неприбутковій організації складають і подають звітність, зокрема: Звіт про нарахування і перерахування єдиного соціального внеску, Звіт про суми податкових пільг, Декларацію зі спеціального водозбору (якщо у неприбутковій організації є чинний договір на поставку води з водоканалом), Форму 1-ДФ, Форму 1-ГО «Діяльність громадської організації», Баланс, Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва, Податковий звіт про використання коштів неприбуткових установ та організацій та ін [2].

Таблиця 1. Типова кореспонденція бухгалтерських рахунків надходження й перерахування членських внесків [3; 4]

№ з/п	Зміст бухгалтерської операції	Дебет	Кредит
1	Зараховані на поточний рахунок неприбуткової організації відрахування від членських внесків, перераховані установою відповідно до накопичувально-розподільчого (транзитного) рахунку (довідки)	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	48 «Цільове фінансування і цільові надходження»
2	Сплата членських внесків за безготівковим розрахунком: а) утримані внески за безготівковим розрахунком із заробітної плати б) перераховані членські внески	661 «Розрахунки за заробітною платою» 685 «Розрахунки з іншими кредиторами»	685 «Розрахунки з іншими кредиторами» 311 «Поточні рахунки в національній валюті»
	в) зараховані відрахування від членських внесків на поточний рахунок неприбуткової організації (відповідно до довідки)	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	48 «Цільове фінансування і цільові надходження»
3.	Сплата членських внесків готівкою за відомістю: а) прийняті від члена профспілки членські профспілкові внески	301 «Каса в національній валюті»	685 «Розрахунки з іншими кредиторами»
	б) передані до банку на поточний рахунок членські внески, які прийняті за відомістю	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	301 «Каса в національній валюті»
	в) перераховані членські внески	685 «Розрахунки з іншими кредиторами»	311 «Поточні рахунки в національній валюті»
	г) зараховані відрахування від членських внесків на поточний рахунок неприбуткової організації (відповідно до довідки)	311 «Поточні рахунки в національній валюті»	48 «Цільове фінансування і цільові надходження»

Членські внески учасників є невід'ємною частиною будь-якої неприбуткової організації. Адже якою б не була мета її створення і функціонування, завжди будуть витрати, пов'язані з утриманням приміщення, організацією зборів, оплатою послуг сторонніх організацій та ін. А оскільки прибутків як таких неприбуткова організація не отримує, членські внески і є основною базою розрахунків із контрагентами та учасниками організації.

У нашій статті ми розглянули основні особливості обліку членських внесків у неприбутковій організації при їх надходженні та перерахуванні, зупинилися на практичному застосуванні бухгалтерських рахунків з метою реєстрації господарських операцій, пов'язаних із членськими внесками, а також їх подальшого контролю.

Важливо також зазначити, що саме така організація діяльності неприбуткових установ забезпечує соціальний захист її учасників. Членські внески

виступають своєрідною гарантією того, що людина усвідомлює себе частиною організації, пам'ятає про її місію і підтримує діяльність. Саме у неприбутковій організації членські внески учасників є доказом того, що у ній зібрались справді небайдужі люди. Більше того, хто вчасно сплачує членські внески, сприяє розвитку неприбуткової організації. Інші, менш дисципліновані учасники, гальмують справу. Тому що вищою буде своєчасність внесків, то більше кроків уперед буде зроблено до спільної мети.

Розвиток обліку неприбуткових установ і організації сприятиме прозорості їх діяльності, а також формуванню суспільної думки щодо повноти і достовірності інформації, наданої цими установами та організаціями. Саме тому дослідження практичної реалізації обліку надходження і перерахування членських внесків у неприбуткових організаціях є досить актуальним, особливо в Україні.

Список літератури

1. Податковий кодекс України від 2.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс]: закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/996-14>
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій України від 30.11.99 р. № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11>
4. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій від 30.11.99 № 291 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>
5. Положення (стандарту) бухгалтерського обліку від 31.03.1999 р. № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0391-99>
6. Верига Ю. А. Облік у бюджетних установах: навч. посіб. для студ. вузів / Ю. А. Верига. – К.: ЦУЛ, 2012. – 592 с.
7. Гура Н. О. Облік видів економічної діяльності: навч. посіб. / Н. О. Гура. — К.: Знання, 2004. — 541 с.
8. Джога Р. Т. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: підручник / Р. Т. Джога, С. В. Свірко, Л. М. Сінельник; за заг. ред. проф.

Р.Т. Джози. — К.: КНЕУ, 2003. — 483 с.

9. Лисенко Н. та діяльність об'єднання співвласників багатоквартирного будинку: практичний посібник / Н. Лисенко, Г. Соколюк ; Інститут місцевого розвитку.— Київ, 2007.— 288 с.
10. Савченко Е. А. Неприбыльные организации: налоговый и бухгалтерский учет / Е. А. Савченко, В. М. Кузнецов. – Х.: Фактор, 2005. – 297 с.

РЕЗЮМЕ

Серкина Нина, Швец Владимир

Учет поступления и перечисления членских взносов в неприбыльной организации и их контроль

Рассмотрена сущность и особенности учета членских взносов в неприбыльной организации. Приведена типовая корреспонденция бухгалтерских счетов учета их поступления и перечисления.

RESUME

Syerkina Nina, Shvets Volodymyr

Accounting of income and transfer of membership fees to a non-profit organization and their control

The essence and features of the account of contributions to non-profit organizations are considered. In the article there has been shown the typical correspondence of accounts regardless of their income and transfers.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ SWOT-АНАЛІЗУ

Розглянуто сутність інформаційного забезпечення для проведення SWOT-аналізу, оскільки ефективне управління підприємством в умовах ринкової економіки можливе тільки за умови своєчасного надходження даних, які характеризують стан зовнішнього і внутрішнього середовища.

Ключові слова: SWOT-аналіз, інформаційне забезпечення, якість інформації, недоліки.

Діяльність сучасного підприємства позначена глибиною і складністю зв'язків, високим ступенем розподілу праці, динамізмом технологічних, економічних, соціальних та інших процесів; складається із значної кількості подій та явищ, кожне з яких є джерелом інформації.

У зв'язку з прискореним розвитком суспільного виробництва, упровадженням досягнень науково-технічного прогресу, ускладненням господарських зв'язків обсяг інформації безперервно зростає. Ефективне управління підприємством в умовах ринкової економіки можливе тільки за умови своєчасного надходження даних, які характеризують стан зовнішнього середовища і процесу управління. Крім того, керівництву підприємств необхідно, використовуючи відповідні методи та технічні засоби, перетворювати отримані дані в інформацію, систематизувати і надавати в необхідній для користувачів формі з метою виявлення наявних взаємозв'язків між явищами і процесами, які досліджуються. Отже, для здійснення SWOT-аналізу на підприємстві потрібне відповідне інформаційне забезпечення. SWOT-аналіз – це своєрідний інструмент; він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок.

Загальна методика проведення SWOT-аналізу досить широко висвітлена як в зарубіжних [9], так і у вітчизняних [3; 8; 12] джерелах. У працях цих вчених зазначається, що SWOT-аналіз дає основу для оцінки ефективних сторін діяльності і можливостей коректування її слабких сторін, тобто визначає як зовнішні, так і внутрішні фактори [10]. Певною мірою це зумовлено реаліями сучасного ділового життя, тому що для отримання конкурентних переваг підприємствами інформація має пріоритетне значення, значення стратегічного ресурсу. Однак, попри постійний інтерес до цієї проблеми з боку науковців, цілий перелік питань залишається не вирішеним і дискусійним.

Мета цієї статті полягає у визначенні інформаційного забезпечення SWOT-аналізу. Для досягнення цієї мети перед останнім ставляться наступні завдання: отримання достовірних даних про можливості підприємства і загрози просування його на ринку товарів і послуг; поширення інформації, тобто надання користувачам інформації в зручному для них вигляді для вирішення завдань, що виникають; створення сприятливих умов для її ефективного

поширення.

Інформація стає цінною лише за умови її необхідності, при взаємодії споживачів і джерел інформації. Інформація зменшує невизначеність, знімає незрозумілість, яка завжди виникає при недостатності даних. Вона може бути виражена набором цифр, літер, інших умовних знаків (символів) і осмислюється в результаті чуттєвого сприйняття й уявлень людини. Інформація не є доступною для використання доти, доки вона не зафіксована. Зазвичай, реєструється на документальних і машинних носіях, а та, що використовується в оперативному економічному аналізі, може бути виражена і в усній формі.

Для здійснення SWOT-аналізу на підприємстві необхідне відповідне інформаційне забезпечення, яке повинно містити: базу даних; методи та моделі, необхідні для SWOT-аналізу; набір організаційних і методичних прийомів, суттєвих для підвищення надійності інформаційного забезпечення [12, с. 34]. Методика SWOT-аналізу ґрунтується на підході, який дає змогу вивчати зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства разом. За допомогою цієї методики можна встановити взаємозв'язки між силою та слабкістю, які властиві підприємству, і зовнішніми загрозами і можливостями. Спершу виявляють сильні і слабкі сторони, а також загрози та можливості, після цього встановлюють взаємозв'язки між ними, що може бути використано для розробки стратегії підприємства.

Інформація - це отримані в результаті переробки даних відомості, що розкривають зміст чисел, символів і слів, які описують події, які спостерігаються. Отже, інформація становить систематизовані дані, що несуть у собі новизну для того, кому вони адресовані [4, с. 128].

На наш погляд, найповніше поняття даних можна визначити так: дані - це те, що виражено різноманітними знаками і символами, що відображають стан реального світу. Тобто інформація є результатом відповідної обробки наявних даних і є основою для обґрунтування прийнятих управлінських рішень.

Інформація має важливе значення для прийняття управлінських рішень і є одним із чинників, що забезпечують зниження витрат обігу та підвищення ефективності управлінської діяльності.

Інформація, що циркулює усередині підприємства, виконує такі завдання: обслуговує всі рівні, функції управління - від підготовки й ухвалення рішення до підбиття результатів його виконання; є специфічною формою взаємозв'язку, взаємодії підрозділів підприємства; є безпосередньою причиною вибору

підприємством визначеної стратегії діяльності, що забезпечує досягнення поставленої мети.

До якості інформації висуваються пені вимоги, одна з них: інформація має задовольняти користувачів. Система інформаційного забезпечення сільськогосподарського підприємства призначена не тільки для внутрішнього використання і прийняття управлінських рішень, а й для задоволення інтересів зовнішніх користувачів інформацією. З зовнішніми користувачами інформацією, що приймають на її основі свої рішення, є, зокрема, акціонери та інвестори підприємств; особи або банки, що забезпечують їхнє фінансування (власники і кредитори); постачальники і споживачі продукції підприємств; персонал; податкові установи; урядові організації; підприємства, зацікавлені у налагодженні ділових зв'язків і партнерства.

Усі користувачі потребують у першу чергу інформації про фінансовий стан підприємства і результати його господарської діяльності, яка дає змогу оцінювати господарський стан підприємства, рух його наявних засобів. Наприклад, інвестори повинні знати, чи одержать вони дивіденди; кредитори хочуть знати, чи будуть виплачені проценти за позиками і сума боргу, коли настануть терміни платежу; постачальники і споживачі також хочуть знати, чи будуть вчасно оплачені їхні рахунки, чи надаватимуть їм продукцію або послуги, від яких вони залежать; персонал зацікавлений у збереженні своїх робочих місць, рівня і своєчасності виплати заробітної плати тощо.

На практиці для SWOT-аналізу використовують різні види інформації, яку можна класифікувати за різними ознаками:

- за місцем збирання – внутрішня (що утворюється безпосередньо в межах об'єкта і характеризує його діяльність) і зовнішня (що надходить ззовні);
- за змістом – екоскопічна і демоскопічна;
- за періодичністю – така, що накопичується постійно, і епізодична;
- за платністю – платна і безоплатна;
- за походженням – первинна і вторинна;
- за джерелом отримання – державна і відомча статистика, результати спеціальних спостережень і опитувань, матеріали діяльності фінансових органів, контент-аналіз, управлінська;
- за період, до якого належать відомості – історична, поточна, прогнозна;
- за етапами прийняття управлінських рішень – констатуюча; пояснювальна; планова; контрольна;
- за напрямком – вертикальна, горизонтальна;
- за роллю в діяльності підприємства – стратегічна, тактична, технологічна;
- за доступністю – відкрита, конфіденційна, секретна;
- за можливістю чисельної оцінки – кількісна, якісна.

Відомі й інші класифікаційні ознаки економічної інформації: за елементами структури – реквізити, показники, масив, потік; за предметом господарської діяльності – інформація про продукцію, послуги тощо.

Дотепер немає єдиного погляду на поняття джерела, методи і засоби збору первинної інформації. Сучасні вітчизняні й закордонні автори дають чітке визначення лише джерел і методів збору повторної інформації. Щодо останнього А. М. Романов, наприклад, визначає такі методи і процедури збору первинних даних: статистичні дані, які публікуються, внутрішня інформація підприємства, вибіркові обстеження [7, с. 56], і основні джерела оперативної інформації – дані торгових кореспондентів, опитування населення, експертні

оцінки фахівців [2, с. 22]. Більшість авторів не дають конкретного визначення джерел первинної інформації, а визначають тільки методи збору первинної інформації, такі, як спостереження, опитування, експеримент.

Можна погодитися з А. В. Войчаком, який джерелом інформації визначає спеціальні дослідження – опитування споживачів, покупців, торгових агентів, а опитування подає як основний метод збору первинної інформації [1, с. 43-44]. Отже, суть методів, засобів і джерел збору первинної інформації одна – отримання первинної інформації. Тобто джерела збору первинної інформації – спостереження, експеримент, опитування – у свою чергу є і методами збору первинної інформації. Оброблені і систематизовані дані, отримані методами опитувань і спостережень і зібрані вперше з певною метою, становлять первинну інформацію. Повторні джерела інформації містять тільки ту, яка була зібрана раніше з іншою метою.

Відповідно до систем управління сільськогосподарським підприємствам, які діють на практиці, окремі функції виконуються одним або кількома виконавцями чи підрозділами підприємства, водночас кожний виконавець і кожний підрозділ можуть виконувати декілька функцій. Реалізація цих функцій неможлива без забезпечення відповідною інформацією, корисність якої оцінюється користувачами. Вимоги, які висуваються до інформації з погляду корисності [12, с. 39] наступні:

- своєчасність інформації – спроможність надати її в потрібний момент або до визначеного терміну, щоб задовольнити інтереси користувача (невідкладність подання інформації користувачеві);
- достовірність інформації – гарантія об'єктивності та достовірності даних, які надаються;
- достатність інформації для об'єктивного урахування всіх чинників, які впливають на стан і розвиток маркетингового середовища (обсяг інформації має бути достатнім для прийняття рішень);
- надійність – надання інформації з достовірних джерел, можна користуватися такою інформацією для ухвалення рішення, не боячись припуститися помилки;
- адресність – подання інформації, яка не обтяжить користувача своєю надмірністю і не завдасть збитку підприємству з боку конкурентів (надання інформації лише тим користувачам, які її потребують);
- правова коректність – гарантування відповідності інформації нормативним і законодавчим актам;
- багаторазовість використання – можливість неодноразового використання наявної інформації без додаткової обробки;
- швидкість обробки інформації має бути достатньо високою, щоб забезпечити своєчасність її надходження користувачеві;
- актуальність – означає реальне відображення стану маркетингового середовища у кожний момент часу, постійне поновлення інформації, усунення застарілих даних;
- порівнянність – можливість порівняти показники звітності підприємства з даними щодо інших підприємств, що потребує застосування набору визначень, одиниць виміру, методики обробки даних, термінів звітності, які відповідають державним стандартам.

Аналіз якості використовуваної на підприємстві

Таблиця 1. Оцінка якості інформації для SWOT-аналізу на підприємствах (у балах)

Показника якості інформації	Важливість для підприємства	Ступінь впливу на прийняття управлінських рішень	Ступінь важливості (2×3)
1. Оперативність			
2. Достовірність			
3. Нейтральність			
4. Своєчасність			
5. Єдність			
6. Достатність			
7. Надійність			
8. Адресність			
9. Правова коректність			
10. Багаторазовість використання			
11. Швидкість обробки			
12. Актуальність			
13. Порівнянність			
14. Аналітичність			
15. Доречність			

Для цього кожному з показників якості інформації ми пропонуємо зробити експертну оцінку його важливості та ступеня впливу на прийняття управлінських рішень у балах від 0 до 10.

У сучасних умовах важливою галуззю управління стає інформаційне забезпечення процесу здійснення SWOT-аналізу, яка полягає у зборі, переробці, збереженні і наданні необхідної інформації.

Ефективність кожної керуючої системи значною мірою залежить від якості сформованої і використовуваної нею інформаційної бази. В умовах формування ринкових відносин провідну роль інформації передає загальновідомий вислів: «Якщо у Вас немає інформації – у Вас нічого немає». Для системи управління він набуває прямого значення, тому що від якості використовуваної інформації при прийнятті управлінських рішень значною мірою залежать результати діяльності аграрного підприємства на ринку. Що більший обсяг капіталу використовується підприємством, то вищий рівень диверсифікації операційної, інвестиційної і фінансової діяльності, то важливішою є роль якісної інформації, необхідної для здійснення SWOT-аналізу.

Формування інформаційного забезпечення SWOT-аналізу на підприємстві – це процес цілеспрямованого добору відповідних інформативних показників для використання в процесі аналізу, планування, прийняття оперативних управлінських рішень і контролю за реалізацією їх [6, с. 78]. Ці показники отримують із зовнішніх і внутрішніх джерел інформації.

На вибір останніх впливають такі чинники [5, с. 56]:

- визначення цілей управління маркетингом на підприємстві;
- особливості інформаційної системи середовища, що досліджується;
- вартість проведення дослідження і виділені для цього ресурси;
- наявність спеціалістів відповідної кваліфікації, що мають досвід проведення досліджень;
- рівень розвитку інфраструктури ринку;
- наявність засобів обчислювальної техніки і спеціального програмного забезпечення;

– необхідність дотримання об'єктивності і конфіденційності результатів дослідження.

Параметри системи інформаційного забезпечення визначаються галузевими особливостями діяльності підприємств, їхньою організаційно-правовою формою, обсягом і ступенем диверсифікації господарської діяльності та іншими умовами.

Інформаційне забезпечення SWOT-аналізу надає конкурентну перевагу на ринку; знижує ступінь фінансового ризику; дає змогу здійснювати моніторинг, визначати ставлення споживачів до продукції; дає змогу підприємству стежити за формуванням свого іміджу; підвищує довіру до реклами підприємства; здійснює оцінку діяльності підприємства; є основою для прийняття оптимальних рішень; забезпечує своєчасну координацію стратегії підприємства і маркетингу; має стратегічне значення.

Використання всіх отриманих із зовнішніх і внутрішніх джерел показників, які викликають інтерес, дає змогу створити на кожному підприємстві цільову систему інформаційного забезпечення, орієнтовану як на прийняття стратегічних рішень, так і на ефективне поточне й оперативне управління результативністю діяльності сільськогосподарського підприємства.

Система збору даних – важливий компонент бездокументального інформаційного потоку, проте для сфери стратегічного управління підприємством тільки такого збору даних, орієнтованого на одержання відомостей про стан підприємства, вже недостатньо. Потрібно оцінити цю інформацію для забезпечення можливих адміністративних реакцій, що впливають із порівняння заданих цільових і параметричних систем підприємства [10, с. 44].

Інформаційне забезпечення SWOT-аналізу на підприємстві потребує і відповідного програмного забезпечення, за допомогою якого вся система управління, починаючи з рівня підсистем і закінчуючи підприємством загалом, працювала б як єдине ціле. Головне завдання – об'єднати всі підрозділи за допомогою створеної інфраструктури (комунікаційної й інформаційної системи). Це дало б змогу налагодити ефективний зв'язок між учасниками процесу

управління.

Практика показує, що сформоване інформаційне забезпечення може мати такі недоліки:

- інформація не орієнтована на конкретні управлінські рішення;
- низька ефективність використання статистичної звітності, даних бухгалтерського обліку, спеціальних обстежень;
- відсутність постійних інформаційних зв'язків між підприємствами різних форм власності, між рівнями управління;
- брак інформаційних центрів і агентств.

Проблеми в галузі інформації виникають постійно, тому що завжди якісь дані, необхідні для проведення SWOT-аналізу на підприємстві, або відсутні, або є недопустимими.

Таким чином, вирішення всіх цих проблем сприятиме підвищенню якості інформаційного

забезпечення і використанню сучасних інформаційних технологій у процесі проведення SWOT-аналізу та удосконаленню управлінської діяльності підприємств.

Оскільки якість результатів SWOT-аналізу, вони повинні обов'язково та ретельно перевірятися. Достовірні джерела аналізу – необхідна умова об'єктивності та високої якості аналітичних робіт, оскільки вони забезпечують доказову силу висновків, зроблених на підставі результатів SWOT-аналізу. Подальші дослідження могли б полягати у поєднанні SWOT-аналізу із технологіями та інструментами бізнес-інжинірингу, які спираються на систему інформаційних моделей підприємства і моделей зовнішнього середовища. Спеціальні модулі таких програм дають змогу фіксувати, проводити моніторинг і зіставляти SWOT-чинники, що впливають на стратегічні рішення з вибору можливих напрямів розвитку підприємства.

Список літератури

1. Войчак А.В. *Маркетинговий менеджмент: підручник [Текст]* / А.В. Войчак. - К.: КНЕУ, 1998. - С. 43-44.
2. Дихтль Е. *Практический маркетинг: учеб. пособие [Текст]* / Е. Дихтль, Х. Хершген; пер. с нем. А. М. Макарова.-М.: Высш. шк., 1995. - С. 22.
3. Жмакіна М. С. М. *Метод SWOT-аналізу як один із головних інструментів стратегічного управління на підприємствах [Електронний ресурс]* / М. С. Жмакіна, С. М. Тараненко. – Режим доступу : <http://worldukraine.org/?p=1262>.
4. Карсекін В. І. *Менеджмент у підприємствах торгівлі та громадського харчування: підручник [Текст]* / В. І. Карсекін, М. А. Манов. – К.: Вища шк., 1994. – С. 128.
5. Мошенський С. З. *Економічний аналіз: підручник [Текст]* / С. З. Мошенський, О. В. Олійник / За ред. д.е.н., проф., заслуженого діяча науки і техніки України Ф.Ф.Бутинця. – 2-ге вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП «Рута», 2007. – 704 с.
6. Перфілова О. Є. *Проблеми та особливості впровадження SWOT-аналізу в практику стратегічного управління вітчизняних підприємств [Електронний ресурс]* / О. Є. Перфілова. – Режим доступу : // <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/1954/1/13.pdf>.
7. *Маркетинг: учебник [Текст]* / Под ред. А. М. Романова. -М.: Банки и биржи, 1995. - С. 56.
8. Саєнко М. Г. *Стратегія підприємства [Текст]: підручник / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка», 2006. – 390 с.*
9. Томпсон А. А. *Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов [Текст]* / А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. под. ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007. – 576 с.
10. *SWOT-анализ как инструмент стратегического менеджмента [Електронний ресурс]*. – Режим доступу : // <http://www.iteam.ru>.
11. *SWOT-анализ: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы / Л. Симкин, С. Дибб. Практическое руководство по сегментированию рынка [Електронний ресурс]*. – Режим доступу : // <http://www.iteam.ru>.
12. *SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства: навчальний посібник [Текст]* / Під ред. д.е.н., проф., академіка АЕН України, зав. кафедри маркетингового менеджменту Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського Л. В. Балабанової. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2007. – 180 с.

РЕЗЮМЕ

Томчук Елена

Информационное обеспечение SWOT-анализа

Рассмотрена сущность информационного обеспечения для проведения SWOT-анализа, так как эффективное управление предприятием в условиях рыночной экономики возможно только при условии своевременного поступления данных, которые характеризуют состояние внешней и внутренней среды.

RESUME

Tomchuk Olena

Information supply for SWOT-analysis

The essence of information supply for SWOT-analysis is considered as the effective management in a market economy is possible only under condition of timely supply of data that characterize the state of the external and internal environment.

Стаття надійшла до редакції 28.02.2013 р.

ЗНАЧЕННЯ ДОХОДІВ ТА ВИДАТКІВ СПЕЦФОНДУ У ДІЯЛЬНОСТІ БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВ

Розглянуто теоретичні аспекти сутності доходів та видатків спеціального фонду бюджету. Розроблено аналіз структури останнього та запропоновано пропозиції щодо вдосконалення відображення доходів та видатків спеціального фонду в обліку.

Ключові слова: бюджетна установа, спеціальний фонд, доходи, видатки.

Бухгалтерський облік у бюджетних установах є системою контролю за наявністю та рухом бюджетних і позабюджетних коштів, будується на загальноприйнятих у міжнародній практиці принципах, виконує управлінську, контрольну й інформаційну функції, має певні особливості. Найбільш специфічними об'єктами в обліку установ є доходи, видатки і результати виконання кошторису. У загальній системі бухгалтерського обліку бюджетних установ саме облік доходів і видатків є найскладнішим і найвідповідальнішим, що потребує найдокладнішої розробки й опрацювання. Спеціальний фонд бюджетних установ у системі фінансування займає значне місце. За цих умов актуальним постає дослідження теоретичної сутності доходів та видатків спеціального фонду бюджетних установ, форм і методів його здійснення, а також пошуку шляхів ефективного їх використання.

Питання обліку доходів спеціального фонду розглянуті в працях вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Андреева І. А., Атамаса П. Й., Білухи М. Т., Джоги Р. Т., Карлін М. І., Левицької С. О., Лемішовського В. І., Лондаренко О. О., Свірка С. В., та інших.

Метою наукового дослідження є вивчення сутності понять доходів та видатків спеціального фонду бюджетної установи, розробка відповідних висновків та напрямів їх удосконалення.

Для реалізації мети дослідження передбачено вирішення наступних завдань: дослідити основні підходи до трактування економічної сутності доходів та видатків як об'єктів бухгалтерського обліку бюджетних установ з метою уточнення змісту понять доходів і видатків спеціального фонду бюджетних установ; розглянути класифікації доходів бюджетних установ та проаналізувати їх з огляду на застосування в практичній діяльності; зробити відповідні висновки та запропонувати напрями удосконалення.

Чітке визначення поняття спеціального фонду віднайти вкрай важко, оскільки численні науковці по-різному підходять до трактування вищезазначеного терміну.

Так Р. Т. Джога під спеціальним фондом розуміє величину коштів, що надходять із конкретною метою і використовуються на відповідні видатки установи за рахунок цих надходжень [4, с. 198]. Л. В. Черничук трактує поняття спеціального фонду як надходження від плати за послуги, що надаються бюджетними установами згідно із законодавством України, а також

кошти, перераховані бюджетним установам для виконання окремих доручень, благодійні внески, гранти та дарунки [10, с. 55].

Вперше у 2000 році усі позабюджетні кошти бюджетних установ і організацій, що утримуються за рахунок коштів Державного бюджету України, внесено до його спеціального фонду як власні надходження цих установ та відповідні спеціальні видатки. І це має логічне пояснення, оскільки умови для розвитку господарської діяльності бюджетним установам створила держава. Таким чином, бюджетна установа за рахунок надходжень спеціального фонду проводить видатки, які недостатньо покриваються із загального фонду бюджету або не покриваються зовсім [2, с. 23]. Існування спеціального фонду бюджету законодавчо встановлено Бюджетним кодексом України. Ним визначено, що спеціальний фонд бюджету містить: усі доходи бюджету, що мають спеціальне призначення, у тому числі власні надходження бюджетних установ, гранти або дарунки (у вартісному обчисленні) на конкретну мету; усі видатки бюджету за рахунок доходів спеціального фонду бюджету [1].

Основним нормативним документом, який регулює діяльність бюджетних установ, є Бюджетний Кодекс України. Він визначає засади бюджетної системи України, її структуру, принципи, правові засади функціонування, основи бюджетного процесу і міжбюджетних відносин та відповідальність за порушення бюджетного законодавства.

Сутність поняття «доходи» в бюджетних установах має дещо інше значення порівняно з цим поняттям для підприємств. Це обумовлено низкою особливостей їх функціонування.

С. О. Левицька наводить таке визначення доходів – отримані з державного та місцевого бюджетів та генеровані бюджетними організаціями асигнування [6, с. 362]. В. І. Лемішовський стверджує, що діяльність цих установ фінансується за рахунок коштів державного та/або місцевих бюджетів, які надаються їм безповоротно [7, с. 456]. С. В. Свірко зазначає, що доходи бюджетних установ – це надходження грошових коштів, отримуваних установами за рахунок державних коштів для виконання кошторису доходів і видатків [9, с. 229].

При відображенні в обліку доходів спеціального фонду важливе значення має джерело доходів. Відповідно до організаційних особливостей власних надходжень бюджетних установ обґрунтовано впровадження в установах системи обліку доходів за

видами надходжень спеціального фонду, яка в межах цих окремих видів забезпечує відображення, накопичення, оперативний контроль та надання інформації про доходи за спеціальним фондом.

Багато протиріч у наукових працях викликає термін «видатки», який характеризує платежі, що не підлягають поверненню.

Поняття видатки В. Т. Александров трактує, як один з найважливіших показників фінансово-господарської діяльності бюджетних установ. Вони є основою для визначення результатів виконання кошторису доходів і видатків, його аналізу з метою виявлення внутрішніх резервів [3, с. 328].

О. О. Лондаренко характеризує видатки бюджету як прямі цільові витрати держави, що забезпечують її безперебійне функціонування і відображають економічні відносини, що пов'язані з розподілом і перерозподілом частини національного доходу, яка концентрується у бюджеті [8, с. 56].

Видатки – це державні платежі, які не підлягають поверненню, тобто не створюють і не компенсують фінансові вимоги і поділяються на відплатні (обмінюються на товари чи послуги) і невідплатні (односторонні). Таке визначення наводить Р. Т. Джога [4, с. 36].

М. П. Кучерявенко стверджує, що доходи і видатки всіх бюджетів мають відповідний розподіл, оскільки держава намагається наділити всіх суб'єктів бюджетного права необхідним для виконання їх функцій обсягом доходів. При цьому повинні бути забезпечені збалансованість всіх бюджетів, зацікавленість місцевих органів у збільшенні бюджетних надходжень, запобігання касовим розривам (розбіжність терміну надходження та використання бюджетних коштів), бездефіцитність бюджетів тощо. Окрім того, доходи та видатки кожного бюджету повинні бути найбільшою мірою пов'язані з підвідомчим господарством і соціальною сферою [5, с. 97].

Основними негативними явищами у сфері обліку видатків у бюджетних установах є відсутність єдиних підходів до розробки дієвих механізмів удосконалення системи обліку з урахуванням вимог міжнародних стандартів, недостатність відповідних заходів переходу на єдині методичні засади, а також створення уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення обліку.

Незважаючи на такі різноманітні трактування терміну «видатки бюджетної установи», на сьогодні існує закріплене у бюджетному кодексі тлумачення.

Видатки – кошти, спрямовані на здійснення програм та заходів, передбачених відповідним бюджетом, за винятком коштів на погашення основної суми боргу та повернення надміру сплачених до бюджету сум [1].

Доходи і видатки бюджетних установ є самостійними об'єктами обліку, проте в системі бухгалтерського обліку бюджетних установ розглядаються у взаємозв'язку.

Правильність обліку доходів і видатків бюджету забезпечується єдністю системи бюджетного обліку, в основу якої покладено бюджетну класифікацію. Вимогу використання єдиної класифікації доходів і видатків закладено у Бюджетному кодексі. Бюджетна класифікація передбачає окремо класифікацію доходів і видатків. Вона має такі складові частини: класифікація доходів бюджету; класифікація видатків (у тому числі – кредитування за вирахуванням погашення) бюджету;

класифікація фінансування бюджету; класифікація боргу [1].

Класифікація доходів поділяється на групи, підгрупи, статті та підстатті. Усі доходи поділяються на податкові, неподаткові, доходи від операцій з капіталом та безоплатні перерахування (трансферти).

Бюджетна класифікація видатків поділяється: за функціональною ознакою (за головними розділами і підрозділами бюджету); за економічними ознаками (група, підгрупа, стаття, підстаття); за відомчою структурою (освіта, наука, культура, мистецтво, охорона здоров'я і т. ін.); за програмними ознаками.

Функціональна класифікація видатків дає змогу відстежити динаміку зміни державних видатків різноманітного функціонального призначення з метою проведення їх аналізу, і таким чином прогнозувати видатки наступних років.

Відомча класифікація видатків бюджету визначає перелік головних розпорядників бюджетних коштів.

Програмна класифікація видатків передбачає розподіл бюджетних призначень за бюджетними програмами, які є систематизованим переліком заходів, спрямованих на досягнення загальної мети та їх виконання.

В економічній класифікації видатків наведено чітке розмежування видатків за економічними ознаками з детальним розподілом коштів за їх наочними ознаками. Економічна класифікація видатків демобілізує використання коштів за їхніми предметними ознаками – заробітна плата, нарахування на заробітну плату, оплата комунальних послуг, усі види господарської діяльності, виплати населенню та інші категорії і надає можливість виділити захищені статті видатків бюджету та забезпечує єдиний підхід до всіх розпорядників та одержувачів коштів. На наш погляд, такий розподіл дає можливість виділити захищені статті бюджету і забезпечує єдиний підхід до планування і обліку видатків бюджетними установами.

Проаналізувавши класифікацію видатків, можемо зазначити, що вона дає змогу однаково обраховувати доходи і витрати бюджету, складати звітність про виконання бюджету, здійснювати контроль і аналіз за кожним видом доходів і витрат, кодувати показники бюджетів при їх автоматизованій обробці.

Через двоїстий характер видатків бюджетних установ вони поділяються на касові і фактичні. П. Й. Атамас наводить таке поняття касових видатків – це не видача грошей з каси установи, а касове виконання бюджету (видача грошей з бюджетних рахунків) [2, с. 73].

Касовими видатками вважаються всі виплати, здійснені з поточних чи реєстраційних рахунків як готівкою, так і шляхом безготівкових перерахувань, як стверджує Р. Т. Джога [4, с. 38].

Щодо фактичних видатків, то П. Й. Атамас вважає, що це дійсні видатки установи для виконання кошторису, що підтверджені відповідними первинними документами [2, с. 205].

Розпорядниками коштів спеціального фонду є керівники бюджетних установ, яким надано право розпоряджатися бюджетними асигнуваннями. Планування доходів і видатків спеціального фонду здійснюється в тому ж кошторисі, що й бюджетні кошти загального фонду, а їх облік ведеться за єдиним планом рахунків і на єдиному балансі. Операції з коштами спеціального фонду оформляються тими ж первинними документами; щодо них діє та ж сама класифікація

видатків, що й для коштів загального фонду бюджету. Але облік операцій з коштами спеціального фонду ведуть у бюджетних установах на окремих, спеціально призначених для цього рахунках.

Для обліку доходів спеціального фонду бюджетні установи використовують синтетичний рахунок 71 «Доходи за коштами, отриманими як плата за послуги», де обліковуються надходження, що отримані установою згідно з кошторисом як плата за послуги, що надаються бюджетними установами згідно з функціональними повноваженнями. Для обліку видатків спеціального фонду бюджетні установи використовують синтетичний рахунок 81 «Видатки спеціального фонду», де обліковуються видатки спеціального фонду бюджетної установи.

У сучасних умовах питома вага спеціальних коштів у кошторисі доходів і видатків окремих установ значна, тому важливого значення набуває правильно організований облік цих коштів, завдання якого такі:

- контроль за повним і своєчасним надходженням та оприбуткуванням коштів спеціального фонду;
- облік і контроль витрачання коштів спеціального фонду суворо за призначенням відповідно до кошторисних передбачень;
- своєчасне складання і подання звітності про надходження і використання коштів спеціального фонду для забезпечення вірогідною інформацією всіх рівнів управління.

Проведений нами аналіз визначень сутності понять «доходи» та «видатки» у сучасній економічній літературі засвідчив відсутність єдиного його розуміння фахівцями. Аналізуючи визначення доходів за різними дослідниками, можна зазначити: принципових різниць у них немає, більшість авторів ототожнюють їх з надходженнями фінансування з бюджетів. Основною проблемою реформування обліку в бюджетних установах є відсутність єдиних підходів до розробки дієвих механізмів удосконалення системи обліку з урахуванням вимог міжнародних стандартів, недостатність розробленості питання переходу на єдині

методичні засади, а також створення уніфікованого організаційного та інформаційного забезпечення обліку.

Отже, для вдосконалення обліку видатків у бюджетних установах необхідно:

- врахувати у процесі формування бюджетної класифікації видатків як міжнародної практики обліку діяльності державного сектору, так і економічних реалій розвитку України;
- врегулювати нормативно-правове забезпечення щодо обліку доходів та видатків спеціального фонду бюджетних установ. Оскільки врегульоване нормативно-правове забезпечення дасть можливість виробити єдині підходи до формування облікової політики доходів та видатків спецфонду, яке буде міцною базою даних для управління та вжиття оперативних заходів щодо негативних явищ, що наявні в організації облікового процесу у бюджетних установах;
- розробити єдиний, удосконалений план рахунків, що відображав би специфіку діяльності бюджетних установ та врахував її реалії в умовах реформування вітчизняної економічної моделі;
- обліковувати і визнавати у звітності доходи та видатки з використанням методу нарахування і норм, характерних для Міжнародних стандартів бухгалтерського обліку, що сприятиме уніфікації формування фінансових результатів одержувачів бюджетних коштів. Застосування цього методу забезпечить: отримання повної та достовірної інформації про стан активів і їх зобов'язань, а також дозволить складати повний майновий баланс; перехід на багаторічне планування і прогнозування бюджетних програм; полегшить порівняння звітних даних і дасть можливість для управління.

З огляду на це організація облікового та аналітичного процесу відображення доходів і видатків спеціального фонду бюджетних установ потребує подальшого більш докладного та ретельного дослідження в теорії та на практиці.

Список літератури

1. Бюджетний кодекс України від 08 липня 2010 року № 2456-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
2. Атамас, П. Й. Основи обліку в бюджетних організаціях : [навч. посібник] / П. Й. Атамас. – К. : – Центр навчальної літератури, 2003. – 284 с.
3. Александров, В. Т. Планування, облік, звітність, контроль у бюджетних установах, державне замовлення та державні закупівлі / В. Т. Александров. – К. : НВП „АВТ”, 2004. – 528 с.
4. Джога, Р. Т. Бухгалтерський облік у бюджетних установах : [навчальний посібник] / Р. Т. Джога. – КНЕУ. – К. : КНЕУ, 2001. – 250 с.
5. Кучерявенко, М. П. Фінансове право : [навчальний посібник] / М. П. Кучерявенко. – Х. : Право, 2010. – 288 с.
6. Левицька, С. О. Фінансові результати діяльності одержувачів бюджетних коштів: економічна сутність, вітчизняна та міжнародна практика обліку / С. О. Левицька // Економічний аналіз. – 2008. – № 2. – С. 361-369.
7. Лемішовський, В. І. Бюджетні установи : бухгалтерський облік та оподаткування : [підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп.] / за заг. ред. В. І. Лемішовського. – Львів : Інтеллект-Захід, 2007. – 1104 с.
8. Лондаренко, О. О. Економічна природа видатків та їх вплив на обліково-аналітичні аспекти / О. О. Лондаренко // Економіка. Фінанси. Право. – 2008 р. – №9. – С. 56–60.
9. Свірко, С. В. Бухгалтерський облік у бюджетних установах : методологія та організація : [навч. посібник] / С. В. Свірко. – К. : КНЕУ, 2006. – 243 с.
10. Черничук, Л. В. Облік у бюджетних установах : [навч. посіб.] / Л. В. Черничук, М. І. Маніли. – Чернівці : Книги – XXI, 2007. – 400 с.

РЕЗЮМЕ

Усик Ирина

Значение доходов и расходов спецфонда в деятельности бюджетных учреждений

Рассмотрены теоретические аспекты сущности доходов и расходов специального фонда бюджета. Разработан анализ структуры специального фонда бюджета и предложены пути совершенствования отражения доходов и расходов специального фонда в учете.

RESUME

Usik Iryna

A value of revenues and expenses of the special fund in the activity of budget organizations

In the article the theoretical aspects of revenues and expenses of special fund of the budget are examined. The analysis of the structure of the budget special fund is carried out. The research offers the ways of improvement of reflection of incomes and charges of special fund.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2013 р.

КОНЦЕПЦІЯ ОБЛІКУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Проаналізовано та обґрунтовано проблеми та концептуальні напрями розвитку системи обліку в управлінні інноваційною діяльністю підприємства; визначено проблемні питання обліку її витрат. Запропоновано розглянути процес управління інноваційною діяльністю в межах інформаційних облікових систем.

Ключові слова: облік інноваційної діяльності, функції управління, витрати інноваційної діяльності.

В економіці інноваційна діяльність є основою успішного функціонування на ринку та формування конкурентоспроможності як підприємства, так і його продукції. Впровадження інновацій відбувається шляхом створення динамічної і гнучкої системи управління, яка базується на інформаційних ресурсах. Саме управління інноваційною діяльністю є ключовим елементом, від ефективності якого залежить активізація підприємницької діяльності та просування продукції на ринку. У зв'язку з цим особливого значення набувають проблеми вивчення управління останньою в обліковому аспекті. Інформаційна система управління складається з підсистем управлінського, фінансового та стратегічного обліку, а також аналізу, які мають на меті створити необхідні умови для розширення, прискорення й підвищення ефективності процесів підготовки та реалізації різних видів інновацій.

Питання організації і методології обліку інноваційної діяльності підприємств у своїх наукових працях розглядали українські та зарубіжні вчені: І. Бланк, О. С. Бородкін, Н. А. Бортнік, Л. В. Гнилицька, А. П. Гречан, О. І. Грицай, М. Д. Дворцина, М. П. Денисенко, О. В. Кантаєва, Н. В. Краснокутська, Я. Д. Крупка, О. Н. Мінаков, Л. В. Нападівська, А. Н. Пустовіт, М. С. Пушкар.

Значний внесок у формування теорії управління інноваційною діяльністю здійснив І. Бланк, який розглядав проблеми інноваційного розвитку з позиції менеджменту. Він сформулював поняття стратегії управління інноваціями, організації інноваційного процесу та фактори, що сприяють розвитку інновацій та слугують передумовами для наукового осмислення та вивчення основних процесів формування облікової інформації для системи управління [1].

У своїй праці О. І. Волков, А. П. Гречан, М. П. Денисенко визначають концептуальні основи управління інноваційною діяльністю, зокрема фінансами, проектами та програмами, а також комплексне оцінювання інноваційної діяльності в промисловості [2].

О. С. Бородкін та його послідовниця Л. В. Гнилицька у своїх працях визначають особливості відображення в обліку витрат на підготовку та освоєння нових виробів та пропонують застосування кошторисних ставок. Такий варіант передбачає попереднє складання кошторису, що об'єднує перелік усіх витрат і дозволяє сформулювати елементи управління інноваційною діяльністю [3; 4].

Основною метою нашої статті є теоретичне

обґрунтування та подальший розвиток формування та розширення інформаційної облікової системи відповідно до її наповнення для створення ефективного управління інноваційною діяльністю. Вказана мета визначає зміст дослідження.

Аналізуючи проблему управління інноваційною діяльністю, насамперед з'ясуємо сутність поняття «інновація». Концепцію інновації запропонував відомий австрійський економіст Йозеф Шумпетер. 1912р. у книзі «Теорія економічного розвитку» цей науковець виклав ідею «нових комбінацій». Серед комбінацій, які загалом формують структуру інноваційного процесу, він називав випуск нового продукту або продукту нової якості, впровадження нового, досі не відомого в конкретній галузі методу виробництва, проникнення на новий ринок збуту (відомий чи невідомий); отримання нових джерел сировини чи напівфабрикатів, організаційна перебудова, зокрема створення монополії чи її ліквідація. У подальших працях Й. Шумпетера термін «нова комбінація» замінено терміном «інновація», який і став науковою категорією [5, с. 53].

Термінологічне визначення на державному рівні дає Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 року [6]: «інновації – це новостворені або вдосконалені технології, продукція чи послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери».

В Україні термін інновація почав використовуватися на початку 90-х років ХХ століття і швидко набув поширення, оскільки в період нестабільної економіки підприємці та науковці шукали ґрунтовне вирішення проблем розбудови підприємств та подолання кризових явищ. Сучасне впровадження здобутків науково-технічного прогресу дає можливість підприємствам вирішити питання застарілих та зношених основних фондів, неефективної системи управління, відсутності інвестиційних ресурсів, раціоналізації експлуатаційних витрат, збільшення рівня прибутковості і конкурентоспроможності продукції та послуг.

Так О. В. Кантаєва зазначає, що питання створення нової продукції і її відображення в обліку завжди були актуальними, оскільки основною метою цієї діяльності є виконання тактичної та стратегічної мети підприємства [7, с. 52].

Чинна схема управління інноваційною діяльністю знаходить недостатнє відображення в обліковій інформації, що сповільнює, а інколи унеможливує

процес формування адекватних управлінських рішень. Інформаційні облікові системи реалізують необхідні умови для розширення, прискорення та підвищення ефективності процесів створення й упровадження різних видів інновацій, скерованих на випуск конкурентоздатної продукції як за національними, так і за міжнародними стандартами.

Призначення обліку в управлінні інноваційною діяльністю полягає в наданні інформації для:

- створення та вдосконалення стратегії підприємства;
- пошуку ресурсів удосконалення техніко-технологічної бази підприємства та галузі загалом;
- калькулювання собівартості інноваційного продукту;
- бізнес-планування майбутніх фінансових надходжень та норм рентабельності;
- раціоналізації витрат на створення інноваційного продукту зі збереженням його якості;
- формування системи організації та методології відображення доходів, витрат і фінансових результатів у процесі створення і функціонування інноваційного продукту.

Е. Аткинсон, Р. Банкер, Р. Каплан визначають сучасний облік як такий, що «додає вартість, тобто процес безперервного вдосконалення планування, проектування, вимірювання і функціонування систем фінансової та не фінансової інформації, яка спрямовує дії менеджера, мотивує поведінку і підтримує та створює культурні цінності, необхідні для досягнення стратегічних, тактичних і оперативних цілей організації» [8].

Загальновідомо, що управлінський цикл містить функції планування, організації, аналізу, регулювання та контролю. Досліджуючи ці функції, доцільно деталізувати процес управління інноваціями, а саме - наголосити, що основа полягає в самій інформації, яка ці функції виконує. Конструювання інформаційного ресурсу для реалізації інноваційної діяльності унаочнює рис. 1. На цьому рисунку узагальнено інформаційні системи процесу реалізації інновацій та управління інноваційною діяльністю.

Доцільно зазначити, що актуальною є сама інформація – її зміст, достовірність та своєчасність формування. Для розширення розуміння процесу реалізації інновацій останню доцільно класифікувати за її характером, складом економічних об'єктів, способом створення, відношенням до відповідних сфер діяльності, обсягом, часом створення та рівнями управління.

Отже, управління інноваційною діяльністю становить взаємопов'язану інформаційну систему. Передумовою (Етап 1) є дані про зовнішнє середовище прямої дії: постачальників, споживачів, конкурентів та опосередкованої дії: економічні, політичні, правові, науково-технічні, демографічні та соціально-культурні фактори. Інформація про внутрішнє середовище містить дані про стратегію, політику і місію підприємства, а специфіка інноваційного процесу – відстеження тенденцій розвитку та актуальності, кількість необхідних ресурсів.

Реалізація управління інноваційною діяльністю (етап 2) відбувається за схемою: планування наступного періоду – організація та координування діяльності – аналіз відхилень – регулювання, в тому числі мотивування – контроль як завершальна стадія поточного та початкова стадія наступного циклу управління. Результатом є новостворена продукція (етап 3).

Специфіка інноваційного процесу, його новизна та відсутність практичного досвіду впровадження інноваційного продукту, чутливість до змін зовнішнього середовища є основою постійного аналітичного обґрунтування управлінських рішень. Відтак виникає потреба в існуванні достовірної економічної інформації про інноваційну діяльність підприємства, яку надає саме система обліку. Ця система не є статичною, оскільки на вимоги, які висуваються до неї, впливають: часові межі управління, цілі власників, етапи реалізації інновацій. Важливою є інформація для вирішення різноманітних питань, не лише тих, які необхідно розв'язувати негайно, а й стратегічних.

Планування інноваційної діяльності ґрунтується на опрацюванні даних першого етапу та створенні стратегії роботи підприємства, зокрема вирішення двох глобальних питань мети та шляхів її реалізації.

Сучасне планування діяльності підприємства повинно відповідати стратегічним цілям підприємства. Тому при конструюванні слід брати до уваги не тільки внутрішні фактори мікросередовища, але й враховувати вплив зовнішніх факторів макросередовища. Такий підхід можна реалізувати на базі концепції стратегічного обліку.

Саме тому стратегічний облік варто розглядати як інструмент для планування інноваційної діяльності, адже відокремлено облік не є самоціллю та існує, насамперед, для того, щоб сприяти розробці та впровадженню стратегії, служить засобом досягнення мети. М. С. Пушкар зазначає, що стратегічний облік формує власні інформаційні ресурси прогностного характеру. Інформаційні ресурси стратегічного обліку мають зв'язок з традиційним обліком, але ним не обмежуються. Зокрема, для стратегічного управління необхідні дані не лише про діяльність підприємства, а й про зовнішнє середовище, яке має надзвичайно важливе значення для передбачення траєкторії розвитку підприємства [9, с. 282-283].

Обліково-аналітична система стратегічного типу визначається як інтегрована система обліку, що реалізовує систематизацію інформації для прийняття управлінських рішень і координації майбутньої діяльності.

Доцільно звернути увагу на той факт, що зв'язок усіх етапів управління [10] — від початкових до кінцевих — у єдину гнучку систему із зворотним зв'язком є передумовою ефективної реалізації стратегії інноваційного розвитку. Адже стратегічне управління не обмежується лише розробленням планів та програм: не менш важливим є питання контролю за всіма етапами реалізації стратегії. Контроль, незважаючи на неможливість представлення у чітко формалізованому вигляді з виробленням конкретних процедур, потребує особливої уваги. Тому доцільним є дослідження особливостей сучасних засобів стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства взагалі та елемента контролю у механізмі впровадження та реалізації інноваційної діяльності зокрема.

Процес управління інноваційною діяльністю підприємства можна розглядати як комплекс цілеспрямованих дій, що мають на меті раціоналізувати розмір та структуру витрат. Такий підхід до трактування цього процесу дозволяє чітко встановити його складові та взаємозв'язки між ними.

Знаходячись у взаємозалежності та в інформаційному зв'язку між собою, а також і з іншими

функціями, що утворюють нерозривний управлінський цикл у просторі і часі, вони становлять органічну його складову і мають бути чітко, однозначно підпорядковані

цілям усієї системи управління.

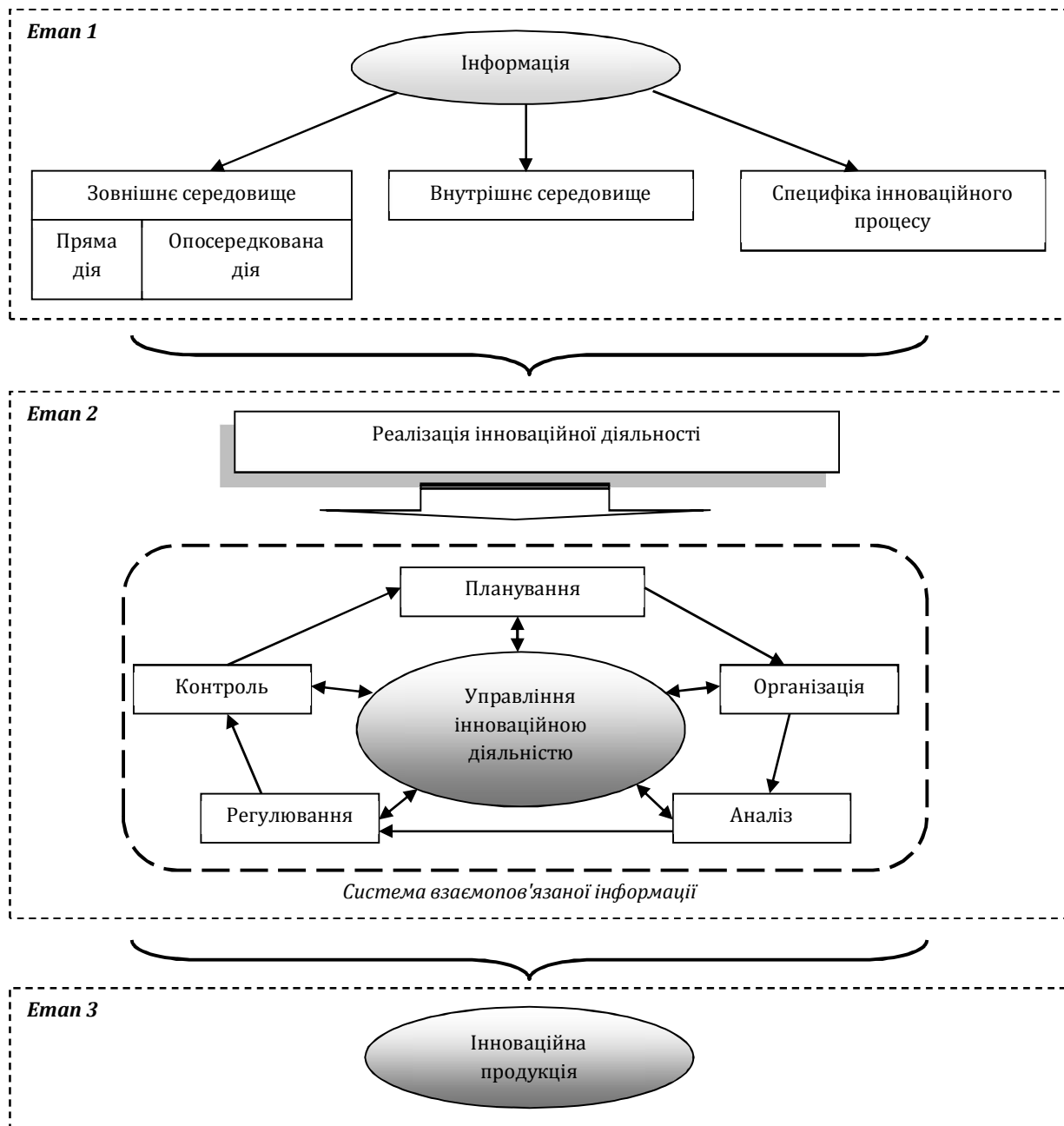


Рис. 1. Інформаційні системи управління інноваційною діяльністю

Досліджуючи чинну методика обліку, бачимо, що облік витрат та калькулювання собівартості продукції дещо неузгоджені з методикою реалізації інноваційної діяльності і відповідно знижують можливість планування, контролю, регулювання та аналізу [7, с. 55].

Узагальнено витрати інноваційної діяльності варто поділити на дві категорії: незмінні (витрати на придбання засобів виробництва), які можна вважати обов'язковими, тому що реалізують інноваційну діяльність; та змінні (внутрішні та зовнішні дослідницькі проекти, придбання та впровадження нових технологій, маркетинг, реклама), які власне є об'єктом управління.

Різноманітність інноваційних процесів визначає необхідність узагальнення схеми реалізації інновацій з огляду на формування витрат (рис. 2), з використанням інструментарію економічного моделювання і залежності обсягів виробництва інноваційної продукції від розмірів витрат на інноваційну діяльність.

Аналітичний облік витрат на інноваційну діяльність доцільно вести за типами інновацій, а саме: витрати на науково-дослідні роботи; витрати на виготовлення інноваційної продукції; витрати на освоєння нової технології та витрати на організаційно-управлінські інновації. Іншим варіантом є ведення аналітичного обліку витрат інноваційної діяльності за напрямками

інновацій: внутрішні науково-дослідні роботи; витрати. придбання обладнання, машин та програмного забезпечення, витрати на навчання персоналу; інші

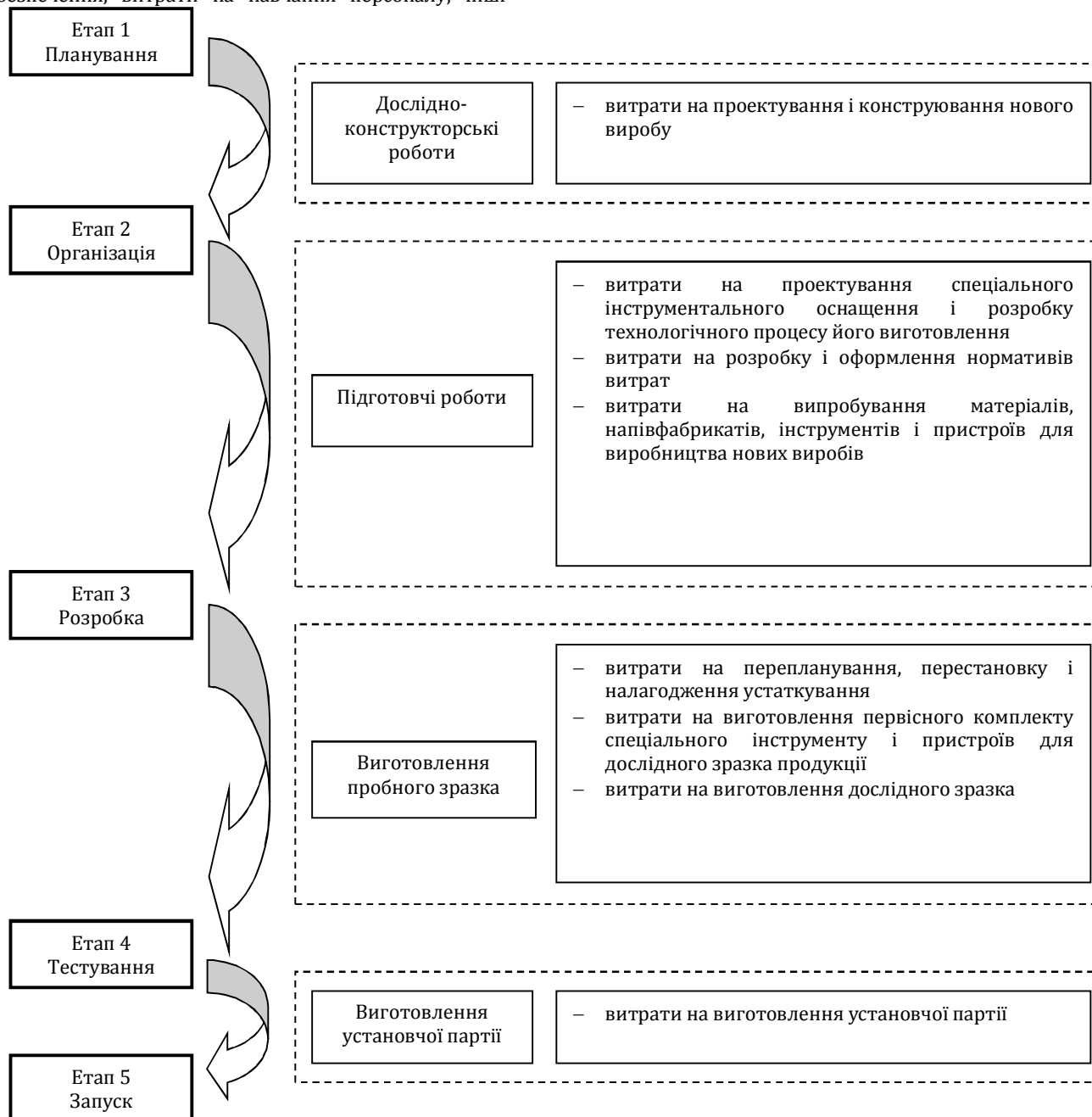


Рис. 2. Узагальнення схеми впровадження інновацій з огляду на формування витрат

На нашу думку, для управління інноваційною діяльністю доцільно комплексно враховувати обидві запропоновані методики ведення аналітичного обліку, оскільки вони детальніше характеризують інформацію про витрати інноваційної діяльності з різних аспектів і надають можливість об'єктивно проаналізувати події та сформувати відповідні управлінські рішення.

Недоліки методики обліку та планування витрат на інноваційні процеси зумовлюють те, що формування показників звітності про інноваційну діяльність підприємства є доволі трудомісткою процедурою, яка потребує додаткових розрахунків та не забезпечує повної і цілісної картини про інноваційні процеси на підприємстві. Відсутність методичних рекомендацій з

обліку витрат інноваційної діяльності призвела до розпорошеності витрат з освоєння нової продукції на різних рахунках витрат, що ускладнює визначення собівартості кожного етапу робіт і формування загальної суми цих витрат [11; 12]

Оптимізація витрат підприємства в процесі реалізації інноваційних спрямовується на вирішення питань [13]:

- оцінки обґрунтованості абсолютної величини витрат;
- зіставлення фактичних і планових результатів;
- оцінки факторів впливу формування витрат;
- доречності та своєчасності їх виникнення;
- виявлення резервів і можливості перерозподілу

витрат.

За сучасною методологією ведення обліку пов'язати витрати підприємства з джерелами їх покриття досить складно, оскільки не існує кореспонденції рахунків, яка б їх об'єднувала. Зв'язок між витратами інноваційної діяльності та джерелами їх фінансування втрачається, коли ресурси, сформовані за рахунок відповідних джерел, списують на витрати.

Отже, можна зробити висновок, що управління інноваційною діяльністю реалізується шляхом

активного використання інформаційних ресурсів обліку і виступає взаємопов'язаним комплексом заходів.

Перспективи подальших наукових досліджень полягають у формуванні теоретичних та практичних рекомендацій для конструювання і функціонування облікової інформаційної системи, а саме - розробки і вдосконалення практичного використання інформаційних ресурсів реалізації інноваційної діяльності підприємства.

Список літератури

1. Бланк І. А. *Финансовый менеджмент: учебн. курс* / І. А. Бланк. – Т. 1. – К.: "Ника-Центр", 1999. – Т. 1. – 592 с.
2. Волков О. І. *Економіка та організація інноваційної діяльності* / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Гречан, З-тевид. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 662 с.
3. Бородкін О. С. *Про формування та облік собівартості продукції в ринкових умовах* / О. С. Бородкін // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2002. – № 3. – 41 с.
4. Гнилицька Л. В. *Удосконалення обліку витрат на освоєння і розробку нової продукції в приладобудуванні* / Л. В. Гнилицька // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2000. – № 10. – 48 с.
5. Шумпетер Й. *Теория экономического развития: Пер. сангл. / Й. Шумпетер*. – М.: Прогресс, 1992. – 118 с.
6. Закон України "Про інноваційну діяльність" від 4 липня 2002 року N 40-IV // *Голос України*. – 2002. – № 144.
7. Кантаєва О. В. *Формування обліково-аналітичного забезпечення інноваційної діяльності* / О. В. Кантаєва // *Вісник ЖДТУ*, 2009 – № 1 (47) – С. 51-56.
8. Аткинсон Е. *Управленческий учет* / Е. Аткинсон, Р. Банкер, М. Р. Каплан, М. С. Янг. – 3-е изд.: Пер. с англ. - М.: Вильямс, 2003. - 878 с.
9. Пушкар М. С. *Креативний облік (створення інформації для менеджерів): моногр.* / М. С. Пушкар. – Тернопіль: Карт-бланш, 2006. – 334 с.
10. *Высокотехнологичные предприятия в эпоху глобализации* / И. В. Иванов, В. В. Баранов, Г. И. Лысак, И. В. Курсанов. — М.: Альпина Паблшер, 2003. — 416с.
11. Грицай О. І. *Напрями удосконалення обліку витрат на інноваційні процеси* / О. І. Грицай // *Проблеми економіки та менеджменту: Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. – 2010. – № 683 – 253 с.
12. Нанівська Н. М. *Механізм ведення обліку та аналізу інноваційної діяльності підприємств* / Н. М. Нанівська, І. О. Селіверстова: *Збірник наукових праць*. – К.: НАУ, 2010. – Вип. 25. – 220 с.
13. Горелкіна А. Л. *Оптимізація системи управління витратами* [Текст] / А. Л. Горелкіна // *Державне управління*. – 2006. – № 2. – С. 251-255.

РЕЗЮМЕ

Черешнюк Оксана

Концепция учета в управлении инновационной деятельностью предприятий

Проанализированы и обоснованы проблемы и концептуальные направления развития системы учета в управлении инновационной деятельностью предприятий; определены проблемные вопросы учета ее расходов. Предложено рассмотреть процесс управления инновационной деятельностью в пределах информационных учетных систем.

RESUME

Chereshnyuk Oksana

Accounting concepts in the management of innovation activity of enterprises

In the article there have been analysed the problems and conceptual directions of the accounting system in the management of innovation activity of enterprises. There has been also proposed to consider the management of innovation activity of the enterprise within the information accounting systems.

Стаття надійшла до редакції 28.02.2013 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕТОДИКИ ОБЛІКУ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ

На основі критичного аналізу сучасного стану зроблено спробу сформулювати основні методичні основи бухгалтерського обліку господарської діяльності в організаціях та установах, які повністю або частково фінансуються за рахунок коштів державного бюджету. Особлива увага звертається на характеристику процесу надання платних послуг, ефективно запровадження якого у сучасних умовах постійного бюджетного недофінансування діяльності державних установ є суттєвим додатковим джерелом коштів останніх. Запропоновано для відображення результатів у системі бухгалтерського обліку використовувати методику, яка в наш час діє на підприємствах матеріального сектору економіки України.

Ключові слова: бюджет, бюджетні установи, господарська діяльність, комерційна діяльність, бухгалтерський облік.

Бюджетні організації й установи у будь-якій цивілізованій країні створюються та функціонують для забезпечення конституційних зобов'язань держави щодо здійснення координації, керівництва та організації діяльності вищих органів державної влади, незалежного судочинства, місцевого самоврядування, а також для задоволення соціально-економічних, освітніх, культурно-просвітницьких потреб населення.

Для фінансування процесу виконання зазначених функцій вони одержують кошти як з державного, так і з місцевого бюджетів. Разом з тим, бюджетні організації в окремих випадках можуть виконувати встановлені державою види робіт кращої якості, аніж передбачено нормативними вимогами, у швидші терміни. Вони також можуть надавати й інші послуги чи навіть випускати продукцію. Така робота, на відміну від встановленої нормативними документами, як правило, оплачується. Мова йде про так звані платні послуги, перелік яких встановлює Кабінет Міністрів України. Одержані від цього доходи, які називають власними надходженнями, слугують додатковим джерелом покриття витрат на здійснення статутної діяльності бюджетних організацій.

Оскільки держава чітко контролює витрачені нею кошти на функціонування бюджетних організацій й установ, то основним завданням при цьому є запровадження системи дієвого обліку і контролю за надходженнями і витрачаннями коштів.

Проблемами бухгалтерського обліку в організаціях, які повністю чи частково фінансуються за рахунок коштів бюджетів різних рівнів, займаються такі відомі в Україні науковці, як: О.В. Адамик, П. Атамас, Л. О. Гуцайлук, Р. Джога, Л. Кіндрацька, С. Левицька, М. Матвіїв, С. В. Свірко, Н. Сушко та інші. Однак їхні праці здебільшого присвячені відображенню в обліку доходів і видатків кошторисів. З проблем бухгалтерського обліку відображення операцій з надання бюджетними організаціями та установами платних послуг є лише окремі наукові дослідження Н. М. Вацик, Н. З. Мачуги та О. Шуляк.

Метою статті є розкриття загальних підходів до організації та методики бухгалтерського обліку надходжень від надання організаціями й установами бюджетної сфери та платних послуг.

Завдання дослідження полягає у характеристиці процесу надання платних послуг, обґрунтуванні методичних підходів до його відокремлення в бухгалтерському обліку в якості окремого виду діяльності та формуванні окремих положень з ведення аналітичного й синтетичного обліку й організації контролю за ефективним використанням коштів.

У наш час, за твердженням М. С. Федорець та Ю. О. Усової, «Нормативно-правовими актами класифікацію бюджетних установ не визначено, однак Бюджетним кодексом України від 21.06.2001 № 2542-III передбачені видатки, які здійснюються з Державного бюджету України, на:

- державне управління;
- судову владу;
- міжнародну діяльність;
- фундаментальні та прикладні дослідження і сприяння науково-технічному прогресу державного значення, міжнародні наукові та інформаційні зв'язки державного значення;
- національну оборону;
- правоохоронну діяльність і забезпечення безпеки держави;
- освіту;
- охорону здоров'я;
- культуру і мистецтво;
- державні програми підтримки телебачення, радіомовлення, преси, книговидавництва, інформаційних агентств;
- фізичну культуру і спорт».

Використовуючи метод класифікацій, бюджетні установи можна поділяти за такими ознаками.

1. За ієрархічною системою вертикальних зв'язків:
 - головні розпорядники бюджетних коштів;
 - розпорядники коштів нижчого рівня;
2. За функціональною ознакою:
 - заклади освіти, науки, культури, спорту та засобів масової інформації;
 - заклади охорони здоров'я та соціального захисту населення;
 - органи державної виконавчої влади та місцевого самоврядування;
 - органи судової влади;

- органи оборони;
- правоохоронні органи;
- 3. За джерелом фінансування:
- існують на кошти державного бюджету;
- існують на кошти місцевого бюджету [1].

Очевидно, що надання додаткових послуг на платній основі не є основним для організацій й установ бюджетної сфери. Хоч це насамперед пов'язане з отриманням при цьому додаткових доходів, які називають власними надходженнями.

До них відносять кошти одержані від надання платних послуг, реалізації продукції, виготовленої у навчальних майстернях, дослідних цехах, заводах, ділянках чи господарствах, надання в оренду приміщень та обладнання, виконання науково-дослідних робіт за господарськими договорами. Сюди також належать кошти, отримані в якості гуманітарної допомоги, проведення робіт з діагностики, стандартизації і сертифікації технологічних процесів, обладнання та матеріалів, метрологічного забезпечення, технічного захисту інформації, наукова та науково-технічна експертиза, проектування, розроблення та виготовлення експериментальних зразків і дослідних партій матеріалів, речовин, приладів, обладнання, випробування обладнання, конструкцій, виробів, речовин, матеріалів, розроблення програмного продукту для науково-дослідних цілей, інформаційно-аналітичне забезпечення наукової діяльності, підготовка наукових кадрів (ординаторів, аспірантів, докторантів) понад державне замовлення, а також наукових кадрів для інших країн та інше.

Таким чином, бюджетні установи отримують кошти з загального фонду бюджету на виконання статутних завдань, а також можуть отримувати доходи від здійснення господарської діяльності (в принципі, господарська діяльність теж є статутною): надання платних послуг, які називають власними коштами або коштами спеціального фонду. При цьому слід зауважити, що і кошти загального фонду, і кошти спеціального фонду є бюджетними коштами, тобто власністю держави, вони суворо плануються та витрачаються згідно із затвердженими кошторисами.

Підставою для надання платних послуг є договір з фізичною або юридичною особою, у якому визначається порядок надання послуги, розмір та терміни оплати за надану послугу; заява фізичної особи. Розмір плати за той чи інший вид послуги встановлюється на підставі її ціни, базою для визначення якої є розрахунок витрат, пов'язаних з наданням послуги. До них,

зокрема, відносять:

- витрати на оплату праці, разом із нарахуваннями (на державне соціальне страхування, державне пенсійне страхування тощо);
 - матеріальні витрати, у тому числі на придбання сировини, матеріалів, палива, енергії, інструменту, пристроїв, спеціального одягу і взуття, захисних пристроїв, на проведення поточного та капітального ремонту, технічний огляд та технічне обслуговування основних фондів, що використовуються для надання послуг;
 - службові відрядження, винагороду автору та власнику об'єкта інтелектуальної власності в разі використання таких об'єктів;
 - господарські, канцелярські витрати тощо [2].
- Документальне оформлення операцій з надання

послуг, їх облік і складання звітності за цим видом діяльності здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства [5].

При цьому очевидна роль бухгалтерського обліку як дієвого засобу контролю не лише за правильністю формування загальних кошторисів доходів і витрат бюджетних організацій, але й за ефективністю окремих видів платних послуг.

Документальне оформлення операцій з надання п. послуг, забезпечення їх обліку та складання звітності за цим видом діяльності здійснюється відповідно до вимог чинного законодавства [2].

Разом з тим, як справедливо зазначає О. С. Прохорова, «незважаючи на значні успіхи в організації обліку в установах невиробничої сфери, що спостерігаються в останні роки, є ряд методологічних та організаційних проблем, що вимагають термінового вирішення:

- у процесі економічної реформи відбувається переформування джерел фінансування установ невиробничої сфери — із загальнодержавного у місцеве;
- зростає частка позабюджетних коштів у складі джерел фінансування бюджетних установ;
- галузева специфіка окремих установ вимагає специфічного підходу до обліку їхньої діяльності;
- поєднання в одній установі бюджетної і комерційної діяльності та її відображення в єдиній системі обліку.

Впровадження у невиробничій сфері нового господарського механізму, використання різних форм господарювання зумовлює специфіку і новизну в методології та організації обліку і вимагає відповідного теоретичного обґрунтування, що необхідно для посилення контролю за використанням ресурсів та покращання якісних показників роботи цих установ. Вирішуються ці проблеми по-різному: в одних установах створюють дві бухгалтерії (бюджетну і госпрозрахункову), в інших — вводять два плани рахунків (один для обліку використання бюджетних коштів, а другий — для обліку підприємницької діяльності), у третій — складають окремі облікові регістри. У той же час законодавство пропонує об'єднання коштів, що надходять з різних джерел, їх спільне планування в єдиному кошторисі і спільний облік використання» [3, с. 138].

Критичну оцінку стану обліку підприємницької діяльності бюджетних організацій на прикладі вищих навчальних закладів дала Н. І. Вацик: «...не дивлячись на наявність великої кількості наукових досліджень, нормативно-правова база бухгалтерського обліку госпрозрахункової діяльності вищих навчальних закладів є застарілою та недостатньо сформованою. Донині немає чітко встановленої та загальноприйнятої методики обліку госпрозрахункової діяльності вищих навчальних закладів – бухгалтерія ВНЗ здійснює окремий облік запасів, основних засобів, заробітної плати тощо, однак облік процесу здійснення кожного окремого виду госпрозрахункової діяльності практично не ведеться; недостатньо відображена інформація про фактичну собівартість наданих послуг, що унеможливає своєчасну та достовірну оцінку їх економічної ефективності; фрагментарно адаптований для ведення обліку госпрозрахункової діяльності план рахунків, оскільки в ньому відсутній окремий рахунок для відображення понесених витрат закладами освіти; у

положеннях діючої методики бухгалтерського обліку щодо господарської діяльності не дотримані такі принципи бухгалтерського обліку як історична (фактична) собівартість, нарахування та відповідність доходів і витрат» [4, с. 3].

Очевидно, що, враховуючи необхідність ведення постійного контролю як за надходженням, так і за витрачанням коштів від надання платних послуг, на нашу думку, слід вести їх облік окремо. Насамперед це пов'язано з можливістю оперативного їх використання в подальшому. Адже зі спеціального фонду, до якого вносять кошти від платних послуг, можна проводити видатки лише в межах кошторисів та наявних коштів на спеціальних реєстраційних рахунках розпорядників на підставі платіжних доручень та підтверджувальних документів на здійснення платежу (п. 49 Порядку № 228). Іншими словами, якщо в кошторисі бюджетної установи не заплановано якихось надходжень, витратити їх без внесення змін до кошторису неможливо (п. 47 Порядку № 228).

Загалом система як синтетичного, так і аналітичного обліку доходів і витрат, пов'язаних з наданням платних послуг, у наш час функціонує. Зокрема, для обліку доходів від платних послуг бюджетні установи використовують субрахунок 711 «Доходи за коштами, отриманими як плата за послуги». На ньому ведуть облік надходжень, отриманих установою як плата за послуги. Для аналітичного обліку доходів від платних послуг використовують меморіальний ордер № 14 «Накопичувальна відомість нарахування доходів спеціального фонду бюджетних установ» — форма № 409 (бюджет). Причому, якщо доходів декілька видів — на кожний з них відкривають окремі меморіальні ордери.

Витрати, пов'язані з наданням платних послуг, бюджетні організації й установи відображають на субрахунку 811 «Видатки за коштами, отриманими як плата за послуги».

Після завершення поточного року субрахунки 711 та 811 закривають через субрахунок 432 «Результат виконання кошторису за спеціальним фондом». Залишки коштів, належні для покриття відповідних витрат у наступному бюджетному періоді з урахуванням їх цільового призначення, зберігають на спеціальних реєстраційних рахунках.

Інша справа щодо рівня відповідності описаного нами порядку вимогам контролю за ефективністю процесу надання платних послуг. Очевидно, що оскільки мова йде про різні види діяльності і різні джерела їх покриття, то й обліковувати їх треба роздільно. До речі, цю ідею підтримує вже згадувана нами О. С. Прохорова: «... маючи широкий спектр платних послуг, доречно вести їх окремий облік. Це забезпечить прозорість розрахунків та достовірність облікових даних. До того ж спонукають і правила бухгалтерського обліку: оскільки доходи і витрати мають відобразитися в момент їх виникнення незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів» [3, с. 140].

Але при цьому, насамперед, природно виникає принципове питання: платні послуги необхідно відображати у діючій системі обліку в бюджетних організаціях чи використовувати для цієї мети методику обліку, яка використовується у підприємствах сфери матеріального виробництва?

Тепер можливі різні пропозиції. Однак, порівняльний аналіз якості інформаційного забезпечення управління процесом надання платних послуг та організації

контролю свідчить на користь так званого «виробничого» обліку».

Наприклад, і бюджетні організації, і підприємства для обліку матеріальних ресурсів використовують синтетичний рахунок 20 «Виробничі запаси». Оскільки субрахунки у ньому майже ідентичні (та й ніхто не забороняє відкривати нові), то в принципі він повністю може використовуватися для обліку матеріальних ресурсів, які витрачаються в процесі надання платних послуг. Однак на цьому рахунку відображається лише рух ресурсів, а не їх витрати на ті чи інші види послуг.

В системі виробничого обліку для цієї мети призначений синтетичний рахунок 23 «Виробництво», який використовується для узагальнення інформації про витрати на виробництво продукції (робіт, послуг). На ньому, зокрема, обліковуються витрати:

- промислових і сільськогосподарських підприємств на виробництво продукції;
- підрядних, геологічних та проектних організацій на виконання будівельно-монтажних, геологорозвідувальних та проектно-пошукових робіт;
- підприємств транспорту та зв'язку на надання послуг;
- науково-дослідних підприємств на виконання науково-дослідних і конструкторських робіт;
- підприємств громадського харчування на випуск власної продукції;
- дорожніх господарств на утримання й ремонт автомобільних шляхів;
- інших підприємств та організацій;
- допоміжних (підсобних) виробництв.

За дебетом рахунку 23 «Виробництво» відображаються прямі матеріальні, трудові та інші прямі витрати, а також розподілені загальновиробничі витрати і втрати від браку продукції (робіт, послуг) з технологічних причин, за кредитом - вартість фактичної виробничої собівартості заведеної виробництвом готової продукції (у дебет рахунків 26, 27), вартість виконаних робіт і послуг (у дебет рахунку 90), собівартість виготовлених у допоміжних (підсобних) виробництвах виробів, робіт, послуг (інструменту, енергії, ремонтно-транспортних послуг тощо).

Аналітичний облік за рахунком 23 «Виробництво» ведеться за видами виробництв, за статтями витрат і видами або групами продукції, що виробляється. На великих виробництвах аналітичний облік витрат може вестися за підрозділами підприємства та центрами витрат і відповідальності [5].

Причому система первинних та зведених реєстрів, використовуваних для фіксації усіх виробничих витрат, дозволяє формувати повноцінну інформаційну систему для ефективного управління процесом надання платних послуг.

Зазначене також свідчить на користь запозичення при організації синтетичного й аналітичного обліку платних послуг бюджетними організаціями й установами методичних засад облікової системи, використовуваної для відображення діяльності господарюючих суб'єктів виробничої сфери. Очевидно, що при цьому, з огляду на вид здійснюваних операцій чи діяльності виникатимуть окремі нюанси, але вирішувати їх шляхом модернізації системи «виробничого» обліку все ж легше, ніж розробляти принципово нову його методику.

Необхідність запровадження нової системи договірних відносин про надання послуг за рахунок

власних коштів замовника виникла в Україні під час економічної кризи. Зміна джерел фінансування, запровадження нових виробництв чи спеціфічних видів послуг у свою чергу вимагає вдосконалення методики бухгалтерського обліку і звітності у державному секторі.

Причому, враховуючи широкий спектр платних послуг, доречно вести їх окремий облік, що забезпечить

прозорість розрахунків та достовірність облікових даних і сприятиме підвищенню ефективності використання бюджетних коштів. Слід врахувати й ту обставину, що при цьому мають бути посилені контрольні функції обліку. Адже мова йде про ефективність використання бюджетних коштів.

Список літератури

1. Федорець М. С. Діяльність бюджетної установи як об'єкта державного фінансового аудиту [Електронний ресурс] / М. С. Федорець, Ю. О. Усова. Режим доступу: [www.rusnauka.com/9_KPSN_2011/Economics/7_84557.doc.htm]
2. Наказ Міністерства освіти і науки України, Міністерства фінансів України, Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 01.12.2003 N 798/657/351 "Порядок та умови надання платних послуг бюджетними науковими установами".
3. Прохорова О. С. Загальні підходи до планування, обліку та контролю власних надходжень бюджетних установ/ О. С. Прохорова. - Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2010. - № 2(10). - С. 137-141.
4. Вацук Н. І. Облік і контроль господарської діяльності закладів вищої освіти: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.00.09/ Вацук Наталя Іванівна. - Київ: 2008. - 22 с.
5. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій. Затверджено наказом Міністерства фінансів України від 30 листопада 1999 р. №291 (зі змінами, внесеними наказом Мінфіну від 31.05.2012 р. №658). Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 21 грудня 1999 р. за №893/4186. - Електронний ресурс. Режим доступу: [dtkk.com.ua/show/2cid06881.htm#in].
6. Павленко Ю. Як бюджетні установи планують власні надходження / Ю. Павленко // Все про бухгалтерський облік. — 2009. — № 14. — С. 42–44.
7. Переверзева О. Облік платних послуг бюджетних установ / О. Переверзева // Все про бухгалтерський облік. — 2009. — № 27. — С. 41–44.
8. Левицька С. О. Облік та аналіз діяльності бюджетних установ: монографія / С. О. Левицька. - Рівне: УДУВГП, 2004. - 233 с.
9. Левицька С. О. Облік та контроль діяльності неприбуткових організацій: монографія / С. О. Левицька. - Рівне: НУВГП, 2005. - 347 с.
10. Джога Р. Т. Бухгалтерський облік у бюджетних установах: навчальний посібник/ Р. Т. Джога. - К.: КНЕУ, 2001. - 250 с.

РЕЗЮМЕ

Щербай Галина

Теоретические основы методики учета хозяйственной деятельности в бюджетных учреждениях

На основе критического анализа существующего состояния сделана попытка сформулировать основные методические основы бухгалтерского учета хозяйственной деятельности в организациях и учреждениях, которые полностью или частично финансируются за счет средств государственного бюджета. Особое внимание уделено характеристике процесса предоставления платных услуг, эффективное внедрение которого в современных условиях постоянного бюджетного недофинансирования деятельности государственных учреждений, является существенным дополнительным источником средств последних. Предложено для отображения результатов в системе бухгалтерского учета использовать методику, которая в настоящее время действует на предприятиях материального сектора экономики Украины.

RESUME

Shcherbai Halyna

Theoretical grounds of accounting methodology of economic activity in budget institutions

An attempt to formulate the basic methodological principles of economic activity accounting based on a critical analysis of the current state in enterprises which are completely or partly financed by the state budget is carried out. Particular attention is paid to the features of the paid services process, effective launch of which, under modern conditions of the stable budget funding gap in the activity of the state establishments, is presented as fundamental additional source of their expenses. The modality, which operates nowadays in the corporeal sector enterprises of Ukrainian economy, is proposed to display the results in the accounting system.

Стаття надійшла до редакції 04.03.2013 р.

ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ЦІЛЬОВИХ РИНКІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

УДК 330.322

Ірина ГАВРИШКІВ

кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних фінансів,
Тернопільський національний економічний університет

ПРІОРИТЕТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТЕРНОПІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ

У статті проаналізовано проблеми інвестиційного клімату та ефективного залучення їх у Тернопільський регіон, а також запропоновано шляхи покращення його інвестиційної привабливості.

Ключові слова: інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість, інвестиції.

Однією з головних причин низького рівня прямого іноземного інвестування в Україні поки що залишається несприятливий порівняно з іншими країнами інвестиційний клімат - Україна у десятки разів відстає від країн Східної Європи. Незавершеність інституційних перетворень, надмірне втручання державних органів у господарську діяльність підприємств та корупція не сприяють надходженню в Україну світових інвестицій. [1, 2]. Характеристика структури та динаміки інвестиційної діяльності регіонів, створення сукупності соціально-економічних, природних, екологічних, політичних та інших умов, які визначають обсяг і темпи залучення інвестицій в основний капітал, дає змогу окреслити перспективи розвитку інвестиційної активності в територіальному аспекті, на рівні адміністративних районів та трансформувати на більш високий рівень – загальнодержавний. За таких умов підвищення регіональної інвестиційної активності і формування привабливого іміджу регіонів може стати запорукою успішного залучення іноземних фінансових потоків та формування мережі приватних інституційних інвесторів в Україні.

Аналіз публікацій та досліджень. Проблеми інвестиційного клімату та ефективного залучення інвестицій у регіони висвітлювалися в дослідженнях

А. Асаула, І. Бланка, М. Бутко, В. Гриньової, В. Демидовича, С. Зеленського, М. Лесечко, О. Пилипяка та інш. Науковці вказували на ефективні механізми усунення наявних диспропорцій у межах державної регіональної політики та визначали території в Україні, які можуть бути визнані інвестиційно-непривабливими та потребують невідкладних заходів, спрямованих на поліпшення інвестиційного клімату.

Мета дослідження. Завданням нашого дослідження є аналіз територіальної диференціації показників інвестиційної діяльності, виявлення деяких особливостей галузевої структури Тернопільського регіону для пошуку причин диспропорцій та визначення напрямів і шляхів покращення його інвестиційної привабливості.

Виклад основного матеріалу. Регіон становить частину території держави, виокремлену за системою територіальних, природних, господарських, економічних, соціально-культурних ознак в адміністративну одиницю. Інвестиційна активність у регіоні — це інтенсивність залучення інвестицій у його економіку. Інвестиційна привабливість регіону — це сукупність різних об'єктивних ознак, коштів, можливостей та обмежень, що обумовлюють інтенсивність залучення інвестицій в економіку регіону.

Таблиця 1. Групи показників, які використовуються при розрахунку рейтингу інвестиційної привабливості Інститутом реформ [2]

№ п/п	Група	Важливість, %
1.	Економічний розвиток регіону	25,0
2.	Ринкова інфраструктура	22,0
3.	Людські ресурси	13,0
4.	Фінансовий сектор	25,0
5.	Розвиток підприємництва та місцевої влади	13,0

Група українських учених під керівництвом І. Бланка розробила методіку оцінки інвестиційного клімату регіонів України. Ця методіка передбачає оцінку інвестиційної привабливості регіонів на основі їхнього ранжування за такими показниками: рівень загальноекономічного розвитку регіону; рівень розвитку інвестиційної інфраструктури; демографічна характеристика; рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури; рівень криміногенних, екологічних та інших ризиків. Орієнтація на промислові

виробництва робить інвестиційний клімат у регіонах більш сприятливим для інвестора, створює певні конкурентні переваги в залученні інвестицій. Висока інвестиційна привабливість цих регіонів є запорукою високої інвестиційної активності в них [3].

Зараз іноземний капітал здебільшого спрямовується в міста-мільйонери, великі промислові центри на сході України, а також портові міста. Єдиним представником Західної України в переліку реципієнтів-стомільйонників є Львів (\$204 млн), а з рекреаційних

територій – Ялта (\$176 млн). Лідерами за питомими обсягами залучених прямих іноземних інвестицій є Армянськ (\$2881 на 1 жителя), Теплодар (\$2204), Комсомольськ (\$1582), Іллічівськ (\$1577), Красноперекіпськ (\$1288), Кривий Ріг (\$1212), Ялта (\$1231) і Северодонецьк (\$1060). Такий розподіл інвестицій показує, що інвестиційний клімат українських регіонів, а особливо міст, істотно

відрізняється [5].

Аналізуючи інвестиційну привабливість Тернопільського регіону, відповідно до вищезгаданої методики, можна стверджувати про поживлення прямих надходжень в економіку області у 2012 році, котрі склали 2,8 млн дол. США та станом на 1 січня 2013 року загальний обсяг котрих становив 64,6 млн дол. США, що на 4,4% більше, ніж на початок 2012 року.

Таблиця 2. Обсяги прямих іноземних інвестицій у Тернопільський регіон порівняно з першими 10-ма країнами світу, тис. дол. США [5]

№ п/п	Країна / кількість інвестованих підприємств	На 01.01.2012 року			На 01.01.2013 року		
		сума	%	місце	Сума	%	+, -
1	Німеччина	15950,6	25,8	1	16746,2	25,9	+795,6
2	Чеська Республіка	10060,3	16,3	2	10119,7	15,7	+59,4
3	Кіпр	7012,3	11,3	4	8246,9	12,8	+1234,6
4	Естонія	7097,5	11,5	3	6021,1	9,3	-1076,4
5	Польща	5236,3	8,5	5	4607,4	7,1	-628,9
6	Бельгія	3385,9	5,5	6	3400,7	5,3	+14,8
7	Швейцарія	521,6	0,8	8	3238,6	5,0	+2717,0
8	Угорщина	2618,5	4,2	7	2632,9	4,1	+14,4
9	Російська Федерація	1753,0	2,8	9	2059,5	3,2	+306,5
10	Австрія	1405,1	2,3	10	1435,2	2,2	+30,1
	Усього: 42 країн	61882,4	100,0	X	64634,3	100,0	+2751,9

Обсяги кредитних ресурсів від прямих інвесторів-нерезидентів на 1 січня 2013 року становили 156,3 млн дол. США. Таким чином, сукупний капітал нерезидентів в економіці області, разом із прямими іноземними інвестиціями, становив 221,0 млн дол. США. Станом на 1

січня 2013 року прямі інвестиції надійшли з 46 країн світу. В області працювало 253 підприємства з іноземними інвестиціями. Із 64,6 млн дол. США прямих інвестицій їх 89,4% надійшло з 20 країн-членів ЄС, 3,2% – з 5 країн СНД, 7,4% – з 21 іншої країни світу.

Таблиця 3. Обсяги прямих іноземних інвестицій у перших 10-ти країнах-членах ЄС, тис. дол. США [5]

№ п/п	Країна / кількість інвестованих підприємств	На 01.01.2012 року		На 01.01.2013 року		
		сума	%	Сума	%	+, -
1	Німеччина	15950,6	25,8	16746,2	25,9	+795,6
2	Чеська Республіка	10060,3	16,3	10119,7	15,7	+59,4
3	Кіпр	7012,3	11,3	8246,9	12,8	+1234,6
4	Естонія	7097,5	11,5	6021,1	9,3	-1076,4
5	Польща	5236,3	8,5	4607,4	7,1	-628,9
6	Бельгія	3385,9	5,5	3400,7	5,3	+14,8
7	Угорщина	2618,5	4,2	2632,9	4,1	+14,4
8	Австрія	1405,1	2,3	1435,2	2,2	+30,1
9	Іспанія	1028,5	1,7	1052,0	1,6	+23,5
10	Швеція	921,9	1,5	955,4	1,5	+33,5
	Усього: 20 країн	57255,9	100,0	57809,0	100,0	+553,1

Найбільша частка прямих іноземних інвестицій станом на 1 січня 2013 року була зосереджена в економіці підприємств області [5]:

- сільськогосподарської галузі, мисливства, лісового господарства (16,8%);
- добувної промисловості (16,1%);
- у сфері транспорту та зв'язку (15,6%);
- виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (14,9%);
- галузі машинобудування (11,3%).

Та все ж основними чинниками, які продовжують негативно впливати на економічні та інвестиційні процеси в регіоні, є кризові явища у фінансово-кредитній сфері та відсутність платоспроможного попиту на продукцію (товари, роботи, послуги), що виробляється в області. Суттєво, майже на 60%, скоротились інвестиції в основний капітал, вкрай низьким є обсяг фінансування інфраструктурних

проектів, що дозволяє прогнозувати погіршення показників соціально-економічного розвитку області у середньостроковій перспективі [6].

Крім цього, на вирішення низки найголовніших проблемних питань соціально-економічного розвитку області мають вплив також наступні стримуючі чинники:

- наявність структурних диспропорцій (у структурі валової доданої вартості домінує сільське господарство, в галузевій структурі промисловості – харчова, тобто галузі з потенційно низькою доданою вартістю);
- старіння основних фондів (ступінь зношення основних фондів загалом по області становить 47,5%, у тому числі - у таких важливих галузях, як сільське господарство - 54%, промисловість - 52,7%, комунальне господарство та інфраструктура обслуговування (виробництво та розподіл

- електроенергії, газу та води) -58,6%. У середньому наполовину зношені основні фонди в галузях освіти, охорони здоров'я, побуту;
- висока матеріалоемність виробництва на фоні недостатньої інвестиційної та інноваційної активності підприємств та неповної завантаженості виробничих потужностей;
 - обмеженість джерел фінансування розвитку інфраструктури виробничого та соціального призначення (необхідний фінансовий ресурс для реконструкції і розвитку соціальної інфраструктури в області – понад 2,2 млрд грн);
 - недостатня база оподаткування та, як наслідок, домінування трансфертів (понад 60%) у структурі доходів місцевих бюджетів;
 - низька інвестиційна активність підприємств (частка власних коштів у структурі інвестицій в основний капітал – 34,3%) та динаміка залучення іноземних інвестицій;
 - незавершеність реформ аграрного сектору, наявна структура виробництва, високі терміни окупності

- інвестиційних проектів у сфері тваринництва, диспаритет цін, недостатня фінансова підтримка з боку держави протягом багатьох років, дешевий імпорт низькоякісної сільськогосподарської продукції тощо;
- слабка матеріально-технічна база значної кількості малих підприємств, недостатній розвиток їх кооперації з великими підприємствами, низький рівень упровадження інноваційної продукції та технологій у малому бізнесі, недостатнє залучення інвестицій та впровадження прогресивних технологій;
 - демографічна ситуація: 57% населення області – сільські жителі. Всі міста, крім м. Тернополя, належать до категорії малих (з чисельністю мешканців від 3-х до 30-ти тисяч), економіка яких базується на діяльності одного-двох підприємств, що суттєво зменшує інвестиційну привабливість територій області та створює територіальні диспропорції в соціально-економічному розвитку.

Таблиця 4. Структура прямих іноземних інвестицій за видами економічної діяльності, тис. дол. США [5]

№	Вид економічної діяльності	Обсяг інвестицій		% у загальному обсязі	Упродовж періоду
		на 01.01.2012 р.	на 01.01.2013 р.		
1	2	3	4	5	6
1	Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	9491,3	10861,5 (114,4%)	16,8	+1370,2
2	Добувна промисловість	10160,0	10385,2 (102,2%)	16,1	+225,2
3	Діяльність транспорту та зв'язку	9856,7	10050,7 (102,0%)	15,6	+194,0
4	Виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів	9334,6	9609,4 (102,9%)	14,9	+274,8
5	Машинобудування (виробництво машин, електричного, електронного, оптичного устаткування та транспортних засобів)	7192,0	7293,7 (101,4%)	11,3	+101,7
6	Легка промисловість (текстильне виробництво, виробництво одягу, хутра та виробів з хутра, виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів)	3355,4	3769,1 (112,3%)	5,8	+413,7
7	Хімічна та нафтохімічна промисловість (хімічне виробництво, виробництво гумових та пластмасових виробів)	3355,3	3360,5 (100,2%)	5,2	+5,2
8	Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	2795,2	3767,9 (134,8%)	5,8	+972,7
9	Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	3707,9	2556,0 (68,9%)	4,0	-1151,9
10	Оброблення деревини та виробництво виробів з деревини, крім меблів	1439,3	1443,2 (100,3%)	2,3	+3,9
11	Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	502,7	514,1 (102,3%)	0,8	+11,4
12	Виробництво іншої неметалевої мінеральної продукції	282,9	340,7 (120,4%)	0,5	+57,8
13	Металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів	49,6	385,8 (777,8%)	0,6	+336,2
14	Будівництво	131,2	132,0 (100,6%)	0,2	+0,8
15	Інші галузі промисловості	186,0	97,7 (52,5%)	0,2	-88,3
16	Целюлозно-паперове виробництво; видавнича діяльність	37,2	37,5 (100,8%)	0,1	+0,3
17	Діяльність готелів та ресторанів	1,1	1,1 (100%)	0,0	0,0
	Усього за видами:	61882,4	64634,3	100,00	+2751,9

В управлінському аспекті проблемним є питання системного підходу до звітності про підсумки інвестиційної діяльності на рівні районів та міст. Не створено єдиної форми звіту, що ускладнює процес узгодження інформації, що надходить з райдержадміністрацій та міськвиконкомів, а, отже, процес розробки чітких та ефективних програм залучення інвестицій, незрозумілими залишаються проблемні місця. Це свідчить про необхідність підвищення кваліфікації працівників адміністрацій усіх рівнів.

Висновки. Зазначені чинники зумовлюють наявність суттєвих проблем у окремих сферах соціально-економічного розвитку області і потребують допомоги з боку держави щодо покращення інвестиційної ситуації регіону. З метою стимулювання її подальшої активності в регіоні необхідно визначити заходи відповідно до пріоритетів його розвитку, а саме:

- підтримка розвитку високопродуктивного агропромислового комплексу як найпривабливішої регіональної «ніші» вкладення інвестицій, акцентуючи увагу на створенні великотоварного виробництва тваринницької продукції, фермерських господарств;
- розбудова і модернізація транспортної

інфраструктури;

- упровадження високих європейських та світових технологій і стандартів у галузях освіти та медицини;
- розвиток енергетичного сектору області;
- розвиток туристично-рекреаційного потенціалу області, в якому є надзвичайно великі приховані резерви і необмежене поле для діяльності;
- розвиток інфраструктури охорони довкілля.

Для активізації інвестиційної діяльності на рівні регіонів може бути використаний такий економічний важіль, як диференціація ставок місцевих податків, а також центральних і регулюючих податків у частині, що спрямовується до регіональних бюджетів. Створення пільгового податкового режиму для інвесторів усіх форм власності, що вкладають капітал у проекти з відповідним регіональним пріоритетом, може поліпшити інвестиційний клімат у регіоні, стимулювати вітчизняних і зарубіжних інвесторів. Важливим інструментом ефективної регіональної інвестиційної політики могло б стати реальне створення вільних економічних зон та розробки наукової концепції регіональної інвестиційної політики в країні.

Список літератури

1. Волкова Т. Практика привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины в рамках ОЧЭС // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ. - Сб. научн. трудов. - Ливадия-Донецк: ДОННУ. - 2007. - Т. 1. - С. 236-240.
2. Орловська Ю. В. Інвестиційний маркетинг як інструмент залучення іноземних інвестицій в Україну та її регіони / Орловська Ю. В., Зайченко О. О. / Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ. - Сб. научн. трудов. - Ливадия-Донецк: ДОННУ. - 2007. - Т. 1. - С. 38-43.
3. Сазонець І. Л. Інвестування: міжнародний аспект / І. Л. Сазонець, В. А. Федотова. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 276с.
4. Черевко О. В. Стратегія соціально-економічного розвитку регіону України. / Черевко О. В. - Черкаси: Брама-Україна, 2006.
5. Web-сайт Головного управління статистики у Тернопільській області [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.ternstat.tim.net.ua/
6. Стратегія розвитку Тернопільської області на період до 2015 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.oda.te.gov.ua/data/upload/.../toda_p120_strategia2015.doc
7. Статистична інформація. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/

РЕЗЮМЕ

Гаврышків Ирина

Приоритеты обеспечения инвестиционной привлекательности Тернопольского региона

В статье проанализированы проблемы инвестиционного климата и эффективного привлечения их в Тернопольский регион, также предложены пути улучшения его инвестиционной привлекательности.

RESUME

Gavryshkiv Iryna

Priorities of investment attractiveness of the Ternopil region

The paper analyzes the problems of investment climate and their effective involvement in the Ternopil region. The ways to improve its attractiveness are suggested.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

РЫНОЧНЫЕ МЕХАНИЗМЫ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассмотрены теоретические основы внедрения рыночных механизмов продвижения инновационного продукта научно-исследовательских организаций и формирования условий для получения положительного коммерческого результата от реализации инновационных проектов.

Ключевые слова: рынок, инновации, коммерциализация, НИОКР, проекты, персонал, коммуникации, бизнес, управление, эффективность, риск, принятие решений.

В условиях рыночной экономики, основанной на принципах конкуренции, инновации являются ключевым фактором развития предприятий. По различным оценкам, в промышленно развитых странах от 75 до 85% промышленного производства обеспечивается за счет активной инновационной деятельности. Оживление производства в странах, переживающих экономические кризисы так же происходит через активизацию инновационных процессов. Таким образом, если субъекты хозяйствования не будут использовать и внедрять новшества, то они имеют очень высокие шансы прекратить свою деятельность.

Современными задачами инновационной деятельности и, соответственно, бизнеса, ее осуществляющего, является сокращение срока формирования общественной потребности в новых видах товаров и услуг, внимательное и заинтересованное отношение к процессу коммерциализации новаций. Именно последний создает предпосылки достижения результатов инновационной деятельности – удовлетворение потребности членов общества и получение дохода. Рыночные механизмы по повышению маркетабельности инновационного продукта и развитие коммерциализации инновационного сектора можно рассматривать с двух основных позиций [1, 2]:

внедрение рыночных механизмов продвижения инновационного продукта отечественных научно-исследовательских организаций (НИО);

создание условий для получения положительного коммерческого результата от реализации инновационных проектов.

По первой позиции установлено, что исследование причин успехов и неудач научно-технических нововведений обнаруживает повторяющийся ряд факторов. Наиболее важными являются следующие факторы:

- ориентация на рынок;
- соответствие целям организации;
- эффективная система отбора и оценки проектов;
- эффективное управление проектами и контроль;
- источник творческих идей;
- восприимчивость организации к нововведениям;
- индивидуальная и коллективная ответственность.

Ориентация на рынок. Рассматривая научно-техническое нововведение как процесс преобразования, мы отметили, какое огромное значение имеет выявление потребностей рынка. Проведем также четкое различие между понятиями «изобретение» и «нововведение»; это различие можно определить следующим образом. Изобретение – формулировка, выдвигание идеи, в нововведение – применение, т.е. процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание.

Иными словами, изобретение становится «нововведением», если получает успех на рынке. Однако, именно задача налаживания взаимосвязей между сферой НИОКР и маркетингом представляет собой один из серьезнейших барьеров на пути научно-технических нововведений даже в том случае, когда необходимость её решения своевременно осознана и достаточно полно обоснована теоретически.

Необходимо особо выделить это положение, так как многие исследователи и разработчики в промышленности предпочитают активно отрицать его справедливость в современных условиях. Тем не менее, несмотря на некоторое улучшение в этом вопросе, достигнутое за последние годы, совершенно очевидно, что рыночная ориентация отсутствует во многих решениях и что главной причиной неудач служит именно это, даже в деятельности наиболее передовых в научно-техническом отношении компаний. И это не должно быть поставлено в вину научно-техническому работнику.

Изучение проблемы коммерциализации новаций было и остается в центре внимания отечественных и зарубежных ученых и специалистов-практиков. Исследованию общих вопросов создания и продвижения инноваций, включая этап коммерциализации, посвящены работы В. Аньшина, Э. Брюса, Т. Давила, П. Друкера, А. Егорова, П. Завлина, О. Зверева, Н. Ивановой, С. Ильенковой, В. Кабакова, А. Казанцева, Р. Купера, Ч. Литберта, Н. Мончева, Ю. Морозова, Э. Мэнсфилда, Ф. Никсона, К. Оппенлендера, И. Перлаки, Е. Поповой, К. Пузыни, И. Омельченко, Э. Роджерса, Р. Росвелла, А. Румянцева, Б. Санто, А. Сельскова, Р. Такера, Б. Твиста, А. Тебекина, Э. Уткина, Р. Фостера, В. Хартмана, А. Цветкова, Р. Фатхутдинова, К. Фримена, Г. Хемэла, Р. Шелтона, Й. Шумпетера, Ю. Яковца и др.

Проблемы, которые следует преодолеть,

обусловлены системой образования, а также системой ценностей специалистов, осуществляющих НИОКР и управление сбытом и, наконец, общей обстановкой, в которой действуют те и другие. Здесь можно выделить две главные проблемные области:

- коммуникационные трудности;
- особенности организационной структуры компаний, скорее препятствующие, нежели способствующие установлению эффективных взаимосвязей между работниками, занятыми НИОКР, и специалистами по маркетингу.

Неуменьшающаяся значимость этих коммуникационных барьеров подтверждается результатами опроса 175 руководителей НИОКР и научно-технических подразделений, слушавших курс в Бредфордском университете. На вопрос: «Что вы считаете главным препятствием для нововведений в вашей компании?», 72% опрошенных отметили уровень коммуникаций или взаимоотношений с подразделениями маркетинга и их руководителями. Ни один из других называвшихся факторов не собрал более 20% ответов. В этом опросе участвовали главным образом работники крупных исследовательских организаций наукоемких отраслей. Возможно, в мелких организациях, где связи между подразделениями гораздо теснее, рассматриваемые трудности менее серьезны [3].

Аналогичные неформальные опросы, проводимые среди руководителей подразделений маркетинга, проходивших курс обучения в том же университете, показали, что их деятельность ориентирована в первую очередь на потребителей, т.е. вне компании. Их роль как основного канала для передачи регулярной рыночной информации тем, кто отвечает за разработку новых продуктов, оценивалась как второстепенная.

Известно, что идеи создания новых продуктов обычно возникают либо как следствие потребностей рынка, либо внутри подразделений НИОКР. Мнения о том, какой из двух путей наиболее плодотворен, часто противоположны и зависят от того, какова функциональная ориентация работника, высказывающего мнение. Однако изучение ряда исследовательских проектов показало [4], что от четверти до трети всех идей, лежащих в основе нововведений, зародились внутри подразделений НИОКР, но важность этих идей выше, если они определяют радикальные, крупные нововведения, открывающие новые сферы и, возможно, ведущие к дополнительным, ориентированным на потребителя программам. Каким бы ни было точное соотношение, ясно, что и НИОКР, и маркетинг служат главным источником идей, развитие которых наталкивается на слабые коммуникации и недостаток взаимопонимания. В последние годы термин «технологический толчок», («technology push») часто звучал в критическом значении в противоположность термину «вызванный рыночным спросом» («market pull»), который рассматривался как положительная оценка. Подобное противопоставление вводит в заблуждение. Необходимо плодотворное взаимодействие технических и рыночных аспектов, достигаемое исключительно путем организации тесных контактов между экспертами в двух областях. Так нередко случаи, когда руководители НИОКР высоко оценивают возможности рыночного применения своих технических решений, но терпят неудачу, пытаясь убедить в этом специалистов по маркетингу, которые могут отклонить идею, считая

её недостаточно очевидной или не отвечающей их краткосрочной рыночной политике. Аналогично исследователи и разработчики могут отклонить идею, возникающую из рыночных соображений, на основании недостаточной убедительности технических целей.

Низкая эффективность коммуникаций между руководителями НИОКР и руководителями других подразделений организации частично объясняется различиями в их самооценке. Исследователь и разработчик рассматривают себя в первую очередь в качестве профессионалов, а не деловых людей. Характер их образования и естественные наклонности позволяют им гораздо легче общаться с коллегами в других компаниях, нежели с управленцами в своей собственной организации. Социологические исследования подтверждают это. К. Маргерисон и К. Эллиотт [5] провели обследование 42 руководителей НИОКР и пришли к такому заключению: «В нашем исследовании относительно очевидным является то, что для руководителей НИОКР важнейшим фактором служит деятельность сама по себе, гораздо важнее фактор работы в данной конкретной организации». Это резко контрастирует с отношением к организации управляющих сбытом и рыночными исследованиями, которые практически отождествляли себя со своей организацией.

Д. Мур и Р. Ренек [6] полагают, что ценности бизнеса отрицаются многими научно-техническими работниками – предпринимательские интересы системы управления приходят в противоречие с более широким кругом интересов исследователей и разработчиков. Отклонение управления в сторону идей, носящих непосредственно рыночный, прагматичный характер, в ряде случаев представляется поверхностным тем исследователям, для которых гораздо важнее фундаментальные научные интересы. Случается, что занятый в сфере НИОКР специалист утверждает, что он «продает себя» бизнесу. С другой стороны, управляющие не в состоянии понять неспособность или, возможно, нежелание исследователей и разработчиков находить идеи и решения, имеющие экономическое значение.

Такие особенности самооценки сформировали определенный стиль, характерный для исследовательских институтов и лабораторий и существенно отличный от того, который можно встретить в других подразделениях организации. Такой стиль не следует считать обязательно нездоровым, многие соглашались, что он создает необходимую атмосферу для эффективных исследований. Но хорошее исследование не обязательно находит отражение в нововедении. Более того, замечено, что исследователь научно-технического подразделения обычно обладает характеристиками, отличающими его от большинства коллег.

Суммировать все эти представления позволяет схема, представленная на рисунке 1. Признание трудностей самооценки и системы приоритетов позволяет достичь определенных улучшений. Эти улучшения базируются на дифференцированном подходе к обучению, квалификации к формированию позиции, необходимых для подготовки хорошего исследователя или хорошего бизнесмена. Попытки же зайти слишком далеко в вопросе превращения одного в другого, скорее всего обречены на неудачу и даже в случае успеха грозят снижением продуктивности при выполнении главной функции.

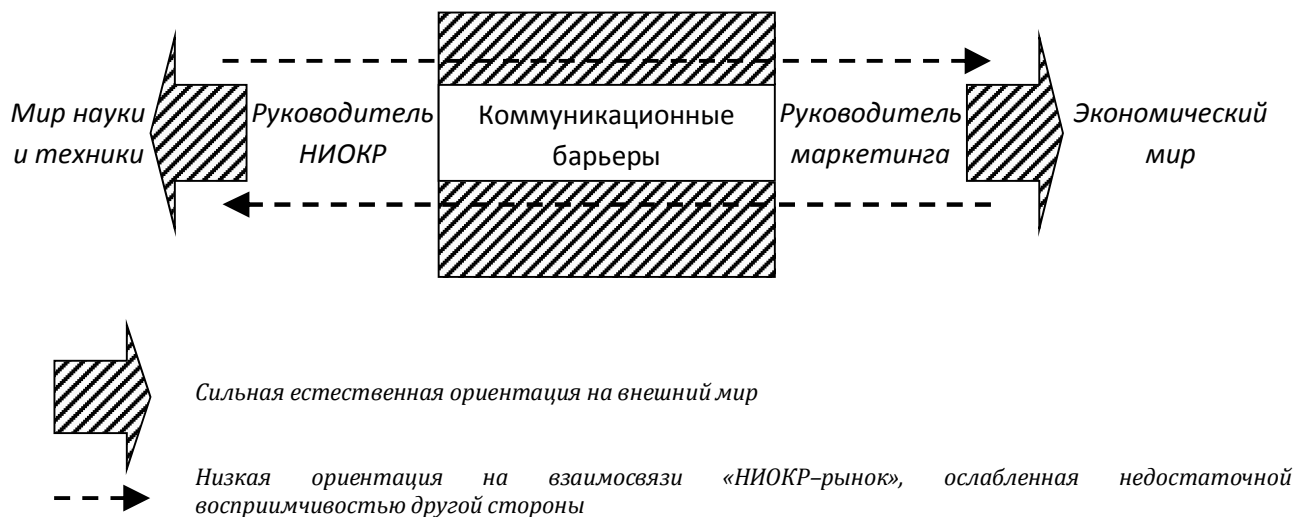


Рис. 1. Различная ориентация руководителей НИОКР и маркетинга создает коммуникационные барьеры

Как же наукоемкая организация может попытаться решить эту проблему?

Здесь возможны несколько подходов:

- развитие общего понимания проблем через программы обучения – есть свидетельства, что это уже дало некоторые результаты в части улучшения коммуникаций;
- организационные структуры, поощряющие более тесное сотрудничество и, во всяком случае, позволяющие избегать создания формальных барьеров для кооперации;
- движение персонала – обычно происходит в одном направлении, из подразделений НИОКР в службы маркетинга. Эта система применяется в ряде компаний, которые не только считают, что это улучшает коммуникации, но находят, что это хороший способ преодоления трудностей для тех научно-технических работников, которые прошли пик творческой активности и проявили управленческие способности;
- постановка перед отделами НИОКР особых задач и перед управляющими по маркетингу – формальных целей;
- вовлечение одновременно руководителей НИОКР и маркетинга в формирование стратегии корпорации и стратегии НИОКР и в принятие решений относительно отбора и оценки проектов.

В конкретных обстоятельствах для того, чтобы гарантировать успех проекта, необходимо соблюдение некоторых других условий в дополнение к рассмотренным выше. Однако подавляющая часть результатов многочисленных исследований в этой области подтверждает, что именно выделенные условия и факторы играют решающую роль. В различных работах по-разному оценивается значимость каждого отдельного фактора. Однако те выводы, которые можно сделать с помощью результатов исследований в США и Европе, позволяют в совокупности привести достаточно доказательств (хотя не будем считать это доказанным окончательно) того, что не только каждый фактор в отдельности важен для конкретного нововведения, но именно вся совокупность этих факторов с высокой

вероятностью является необходимой для успеха.

Дж. Лэнгриш с соавторами [7], исследовавшие 84 нововведения, отмеченные Королевской премией в 1966 и 1967 гг., выявили семь факторов, определяющих успех фирмы:

1. Высокопоставленная личность, присутствие выдающегося человека, наделенного определенной властью.
2. Некоторые другие типы работников с выдающимися способностями.
3. Четкое определение потребности.
4. Реализация потенциальной полезности открытия.
5. Хорошая кооперация.
6. Достаточный объем ресурсов.
7. Помощь из правительственных источников.

Там же приводятся шесть факторов, выступающих причиной отказа от нововведения:

1. Недостаточная разработка некоторых смежных технологий.
2. Отсутствие рынка или потребности.
3. Потенциал не был осознан управляющим.
4. Сопrotивление новым идеям.
5. Недостаток ресурсов.
6. Слабая кооперация или слабые коммуникации.

Проект САПХО, выполненный в Сассекском университете под руководством К. Фримена [8], содержал исследование 29 пар схожих проектов: в каждой паре один из проектов завершился успехом, другой был менее успешным. Был сделан вывод, что для пар, характеризующихся одними и теми же показателями, относительно которых определялся успех или неудача проекта, наблюдаются резко выраженные различия, сводимые к следующим пяти положениям:

1. Исследователи, которым способствовал успех, отличались существенно лучшим пониманием требований потребителя.
2. Уделяли большее внимание маркетингу.
3. Проводили разработки более эффективно, но не обязательно более быстро.
4. Лучше использовали технологию и консультации со стороны, даже тогда, когда ориентировались на

внутренний потенциал.

5. Для успешных нововведений характерным является то, что ответственные за них работники занимали, как правило, более высокое положение и располагали большей властью по сравнению с руководителями неудачных нововведений.

Исследования Центра промышленных нововведений [9] охватывали 53 проекта, работа над которыми была прервана на стадии разработок, были названы следующие причины отказа от проектов, сведенные в таблицу 1.

Таблица 1. Внешние и внутренние факторы отказа от разработки инновационного продукта

Причина	Число случаев
Внешние факторы	
Непривлекательно маленький рынок	19
Неопределенность относительно покупателей	12
Низкий уровень конкуренции	11
Неопределенность в отношении поставщиков	6
Устаревание	3
	51
Внутриорганизационные факторы	
Нехватка мощностей для проведения маркетинга или экспертизы	14
Нехватка производственных мощностей или опыта	13
Неудовлетворительные связи со смежными фирмами	7
Быстрый рост затрат на НИОКР	6
Недостаток ресурсов для проведения НИОКР	4
	44
ИТОГО	95

Р. Купер [10] на основании изучения тридцати случайно отобранных промышленных компаний разработал семь разных моделей разработки продукции. Наиболее успешная, названная им «сбалансированный комплексный процесс», предусматривает следующее распределение времени деятельности: маркетинг – 31,3%, научно-техническая и производственная – 55%, оценка – 13,7%. Наименее успешная модель – преимущественно ориентированная на конструкцию; соответствующие значения составляли 28,3; 71,7 и 0%.

Результаты отмеченных выше исследований, взятые вместе, подтверждают важность факторов, выделенных нами. Если согласиться, что необходимо именно сочетание всех этих факторов, то отсутствие хотя бы одного подвергает риску успешное завершение проекта. Плодотворная идея, выявленная посредством специальной процедуры отбора, может не достичь успеха в отсутствие «защитника проекта». Но и тот, даже при наличии продуктивной идеи, может нанести непоправимый вред, если не увяжет её с рынком, с задачами корпорации посредством формальной системы оценки. Точно так же сопротивление организации, противодействующей нововведению, может загубить проект даже в том случае, когда выполнены все остальные условия.

Для управляющего, участвующего в организации инновационной деятельности, анализ наличия (или отсутствия) всех этих факторов помогает оценить проблему в целом. Не надо помогать ему в её решении. Равновесие, к которому стремятся, слишком неустойчивое, оно вряд ли достижимо с помощью простого механического подхода. Так осознание недостатка в перспективных творческих идеях свидетельствует о проблеме, которую вряд ли можно решить простым набором специалистов, которые кажутся творческими людьми. Для оценки ситуации целесообразнее отталкиваться от природы организации, нежели от случайностей. Пока руководитель не определит, почему организация в

прошлом была неспособна подобрать и удержать творческих работников, и не исправит положения, он едва ли добьется успеха в будущем.

Таким образом, ни один фактор не может рассматриваться изолированно от других, поскольку все они взаимодействуют. Часто они действуют в противоположном направлении, так как характеристики, требуемые для эффективного развития в одной области, отличаются от требуемых - в другой. «Защитник проекта» вступает в конфликт с администраторами, стремящимися к сохранению статус-кво. С другой стороны, администратора пугает кажущееся пренебрежение со стороны исследователя принятыми в организации ограничениями, выстроенными как раз для того, чтобы уменьшить расходы, в которые вовлекает организацию инновационная деятельность. Это ставит организацию перед трудной дилеммой.

В позиции администратора отражается неприятие неопределенности и риска, неотделимых от нововведений. Жесткая приверженность системам отбора проектов, которые требуют детальных экономических расчетов на стадии, когда точные прогнозы невозможны, способна убить творческое начало. Если зайти далеко в этом направлении, можно создать ситуацию, когда принимаются проекты с низкой степенью риска, для которых нетрудно подобрать обоснованные точные оценки. Вместо того, чтобы служить фильтром, такая система становится барьером для нововведений. Хочется привести пример одной крупной компании, занимавшей передовые позиции в использовании современных методов и приемов управления.

Принятая в управлении компанией информационная система позволяла выявить продукцию, выпуск которой обеспечивал низкий уровень эффективности компании; считалось, что такую продукцию следует снять с производства. Однако поиск замещающих продуктов не привел к успеху и не было сделано никаких предложений относительно новых продуктов, сулящих

желаемый коммерческий результат. В течение нескольких лет наблюдался постоянный отток наиболее творческих специалистов из компании. Это объяснялось присутствием того самого барьера, который проявился в форме капитальных экономических обоснований, требуемых до того, как были предложены какие-то идеи относительно новых проектов. В сложившейся ситуации компания пригласила консультанта, который предложил современные методы стимулирования творческого решения появившихся проблем.

Интересный контраст представляла собой другая компания в той же самой отрасли, где руководитель разработок новой продукции испытывал трудности в отборе будущих продуктов. Две компании характеризовались абсолютно различным восприятием ситуации в своей отрасли главным образом вследствие различий в отношении к творческому началу и формальным оценкам, различий, обусловленных философией каждой организации.

В ходе любого рассмотрения научно-технического нововведения мы сталкиваемся с дилеммой – необходимость управления дорогостоящей деятельностью одновременно с созданием условий для индивидуального творчества и расцвета предпринимательских талантов. Эти требования должны быть каким-то образом примирены. Если мы намерены управлять этой деятельностью

профессионально, необходимо установить ориентиры для принятия решений, не упуская из виду неопределенность и риск, связанные с ней.

В одном можно не сомневаться. Формальные методы управления сами по себе не могут гарантировать успеха. Нововведения – это и наука, и искусство. Нельзя обучить художника создавать шедевры, так же как и запрограммировать на это компьютер; вместе с тем обучение элементами композиции, черчению и соотношению цветов нельзя рассматривать как не имеющие отношение к делу, даже если известно, что шедевр был создан вопреки всем правилам; так же обстоит дело и с научно-техническими нововведениями.

Изучение исследовательских работ позволяет определить факторы, действующие в значительном числе успешных нововведений и часто отсутствующие в неудачных, – рыночная ориентация, соответствие целям корпорации, методы оценки, эффективное управление проектом, творчество, инновационная обстановка и наличие «защитника проекта». Значимость научно-технических нововведений для многих отраслей настолько велика, что не позволяет оставить этот вопрос решаться сам собой; необходимы сознательные усилия, ведущие к созданию условий для успеха. Нельзя снять ответственность с системы управления только из-за отсутствия достаточных данных, чтобы заранее обосновать принимаемые решения.

Список литературы

1. Баймуратов О. Б. Рыночные механизмы повышения конкурентоспособности инновационного производства / О. Б. Баймуратов, А. А. Алимбаев, А. А. Таубаев // *Транзитная экономика*. – 2006. – №1. – С. 7-22.
2. Таубаев А. А. Управление наукоемким производством с позиции стратегического менеджмента / А. А. Таубаев // *Вестник Ассоциации экономистов Казахстана*. – 2004. – №1(2).
3. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями / Б. Твисс / *Сокр. пер. с англ.* – М.: Экономика, 1989. – 280 с.
4. *The Conditions for Success in Technological Innovation/ Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) 1971.*
5. Elliott K. *Affective Dissonance Amongst Professional Personnel, Unpublished Research Report* / K. Elliott, C. Margerison, University of Bradford. 1970.
6. Moore D. G. *The Professional Employee in Industry* / D. G. Moore, R. Renek // *Journal of Business*. – XXVII. – 1955. Jan. No. 1.
7. Langrish Al. *Wealth from Knowledge. A Study of Innovation in Industry* / Al. Langrish. – Macmillan. 1972.
8. Freeman C. Al. *Success and Failure in Industrial Innovation* / C. Al. Freeman, Centre for the Study of Industrial Innovation, University of Sussex. 1972
9. Reekie W. D. *On the Shelf* / W. D. Reekie. – Centre for the Study of Industrial Innovation. 1971.
10. Cooper R. G. *The New Product Process: an Empirically Based Classification Scheme* / R. G. Cooper // *R & D Management*. – 13. – 1983, Jan. No 1.

РЕЗЮМЕ

Давлетбаева Назгуль

Ринкові механізми комерціалізації інноваційної діяльності

У статті розглянуто теоретичні засади впровадження ринкових механізмів просування інноваційного продукту науково-дослідних організацій та умови для отримання позитивного комерційного результату від реалізації інноваційних проєктів.

RESUME

Davlyetbayeva Nazgul

Market mechanisms of commercialization of innovative activity

In article theoretical bases of introduction of market mechanisms of advance of an innovative product of research establishments are considered. Conditions for reception of positive commercial result from realization of innovative designs are defined.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПРАЦІ

У статті наведений концептуальний аналіз засад формування глобального ринку праці. Визначено, що у найближчому майбутньому слід очікувати посилення конкурентної боротьби за обмежений трудовий ресурс, що залишається в Україні.

Ключові слова: глобалізація, робоча сила, міжнародний ринок робочої сили, ринок праці, мобільність робочої сили, міграційні процеси.

На сучасному етапі світогосподарського розвитку особливої актуальності набувають питання використання робочої сили у світовій економіці, в який спостерігається прискорення глобалізаційних процесів. З одного боку, це відкриває сприятливі перспективи щодо посилення ефективності національних економік за рахунок використання переваг міжнародного поділу праці, з іншого – виникають ряд складних процесів і явищ, пов'язаних з необхідністю збільшення масштабів регулюючого впливу на національні і наднаціональні ринки праці, формуванням міжнародних стандартів використання робочої сили.

Проблеми глобалізації економіки досліджували зарубіжні вчені М. Кастельс, Р. Кеохане, Т. Левітт та вітчизняні науковці В. Липов, Д. Лукьяненко, Ю. Макогон, Т. Орехова, В. Омельченко, Є. Савельєв, А. Старостіна.

На сучасному етапі світогосподарського розвитку особливої актуальності набувають питання використання робочої сили у світовій економіці, в який спостерігається прискорення глобалізаційних процесів. З одного боку, це відкриває сприятливі перспективи щодо посилення ефективності національних економік за рахунок використання переваг міжнародного поділу праці, з іншого – виникають ряд складних процесів і явищ, пов'язаних з необхідністю збільшення масштабів регулюючого впливу на національні і наднаціональні ринки праці, формуванням міжнародних стандартів використання робочої сили.

Світовий ринок праці характеризується суттєвими обсягами експорту і імпорту робочої сили, що здійснюється через міграцію працездатного населення (Організація об'єднаних націй визнає мігрантами тих, хто виїхав в іншу країну на термін не менше ніж 6 місяців). Міграція робочої сили представляє собою переміщення населення за кордон з метою укладання трудових відносин (до трудових мігрантів не можна відносити тих, хто виїхав за кордон у відрядження, а також тих, хто короткотерміново переміщується з країни в країну з метою придбання і реалізації товарів) [3, с.164].

Міжнародна міграція робочої сили (переміщення найманих працівників через кордони у пошуках роботи) посилюється в умовах формування міжнародних економічних зв'язків у світовому господарстві, формуючи глобальний ринок праці. Сучасний глобальний ринок праці характеризують три основні моделі трудових відносин: [2, с.151-152]

- європейська (континентальна);
- англосаксонська;
- китайська.

Для *європейської (континентальної) моделі* характерним є високий рівень правової захищеності працівника, жорсткі норми трудового права, орієнтовані на збереження робочих місць, регіонально-галузеве регулювання рівня оплати праці та її диференціації.

Англосаксонська модель характеризується свободою роботодавця у відносинах найму і звільнення, перевагою колективно-договірного регулювання на рівні підприємства і фірми, що сприяє динамічним змінам на ринку праці, чутливому реагуванню на потребу зміни кількості робочих місць.

Китайська модель поєднує жорстке регулювання трудових відносин у державному секторі з повною відсутністю правового регулювання у приватному секторі.

Формування глобального ринку праці і міграція робочої сили виступають важливою теоретичною проблемою, що аналізується різними напрямками економічної науки.

Так, в рамках *теорії економічного імперіалізму* процеси міграції пояснюються виключно економічними причинами: недостатнім рівнем заробітків на батьківщині, відсутністю можливості реалізації трудового потенціалу (особливо для висококваліфікованих працівників; житлові проблеми. Схильність прибічників даної теорії зводити всі причини до максимізації корисності при обмеженості наявних ресурсів призводить до ігнорування значення інших чинників. В той же час, необхідно відзначити, що крім економічних чинників, на міграцію населення здійснює вплив комплекс інших причин: політичні, соціальні, культурні, релігійні, побутові.

Теорія еволюційної економіки визнає інноваційне значення міграції робочої сили, протиставляючи процеси зміни країни проживання рутинному перебуванню і праці на батьківщині. Дійсно, схильність до міграції зазвичай вказує ініціативні частина населення, яка зазвичай має обмежені можливостей використання трудового потенціалу у рідній країні внаслідок ряду норм, правил, звичаїв, традицій, що регулюють економічні відносини. Відповідно до концепції еволюційної економіки, зміна місця проживання приносить користь мігрантам, оскільки вони позбавляються від недоліків, пов'язаних з реалізацією здатності до праці на колишньому місці

роботи, що апіорі робить трудові дії і регулюючі впливи неоптимальними (вони скоріше зводяться до адаптації до існуючих умов). Еволюціоністи вважають міграцію необхідною у тому випадку, коли спостерігається домінування адаптивних форм праці.

Міжнародну міграцію робочої сили можна поділити на такі процеси (рис.1):

- трудова еміграція - виїзд населення з рідної країни з метою пошуку роботи;
 - трудова імміграція – в'їзд населення в дану державу з тією ж метою.
- Основними формами трудової міграції є такі:
- без повернення – коли працівники виїжджають за кордон на постійне місце проживання;
 - тимчасово-постійна – в даному випадку виїзд за кордон здійснюється на достатньо тривалий термін (від 1 до 10 років);
 - сезонна – працівники виїжджають в зарубіжні країни на короткий термін (до 1 року) для здійснення трудових послуг в галузях, що мають сезонний характер (наприклад, сільське господарство, будівництво, риболовство, курортно-оздоровча сфера і т.і.);
 - прикордонна або маятникова – щоденне міжкраїнове переміщення громадян, що живуть в прикордонному районі однієї країни, для роботи в іншу країну (даний тип міграції є подібним до щоденного переміщення працівників з передмістя до великих міст);
 - нелегальна - передбачає нелегальний в'їзд до країни з наступним працевлаштуванням на роботу або законний в'їзд (туристська поїздка, за приватним запрошенням) з наступним незаконним працевлаштуванням;
 - вимушена – викликана неекономічними причинами: війнами, революціями, політичними перетвореннями, стихійними лихами, епідеміями, однак здійснює серйозний вплив на ринки праці як в країні, з якої виїжджає населення, так і державі, що приймає біженців;
 - міжконтинентальна – означає не тільки виїзд з країни в країну, але і зміну при цьому континенту проживання і працевлаштування. В деяких країнах (Туреччина, Росія) міжконтинентальна міграція може бути різновидом внутрішньої міграції;
 - «відтік мізків» - виїзд з країни вчених, фахівців, діячів мистецтва.

Міжнародну міграцію робочої сили можна вважати різновидом горизонтальної соціомобільності населення, способом усунути перекося в структурі національних ринків праці. [3, с.166] Міграція робочої сили ускладнюється «мовним бар'єром», складністю адаптації трудових ресурсів в зарубіжних країнах.

В теперішній час виділяють такі основні потоки міжкраїнового переміщення робочої сили, які формують міжнародні міграційні потоки:

- переміщення наукових кадрів і висококваліфікованих фахівців з різних країн світу до США і країн Західної Європи;
- переміщення некваліфікованої робочої сили з латиноамериканських країн і країн Тихоокеанського регіону до США;
- переміщення некваліфікованої робочої сили в розвинуті європейські держави з країн Африки і Близького Сходу;
- переміщення населення з колишніх колоній в

колишні метрополії (особливо до Франції і Великобританії);

- етнічна міграція.

Необхідно відзначити, що існує проблема обліку обсягів міграційних переміщень і відповідно - отримання достовірної інформації через наявність таких особливостей міжнародної міграції:

- небіологічна сутність міграції;
- багатократність переміщень протягом життя;
- специфіка міграції як міжтериторіального процесу;
- тристадійність міграційного процесу (потенційна міграція, переселення, адаптація);
- широкий набір і неможливість розмежування факторів, що формують напрямки і масштаби міграційних процесів;
- селективний характер міграційних процесів;
- різноманітність типів, видів і форм міграційних переміщень.

Міграційні процеси породжують як позитивні, так і негативні тенденції у світі. З одного боку, розвинуті країни скорочують дефіцит робочої сили, вирішують проблеми демографічного дисбалансу та диспропорцій на ринку праці. З іншого, імміграція послаблює суспільно-політичну єдність, одночасно посилюючи процеси «відпливу інтелекту» (в даний час приблизно 1,5 млн. кваліфікованих фахівців з країн, що розвиваються, працюють в розвинутих країнах). [2, с. 149-150] За даними міжнародної статистики, щорічні втрати менш розвинутих країн від еміграції інтелектуалів щорічно становлять від 4 до 5 млрд. дол. [2, с. 152]

У випадку, коли держава отримує економічну вигоду від міграції населення, можна говорити про експорт робочої сили, внаслідок активізації валютних надходжень до країни – експортера робочої сили. Серед джерел валютних доходів держави в результаті виїзду за кордон трудових ресурсів виділяють такі:

- кошти, які переводять іммігранти в свою країну для підтримки родичів, що залишились у країні народження;
- податкові платежі фірм, що займаються посередницькою діяльністю при укладанні населенням трудових контрактів в зарубіжних країнах;
- інвестиції, що здійснюються іммігрантами в економіку своєї країни;
- прямі валютні компенсації від країн – імпортерів робочої сили.

При цьому експорт робочої сили є більш надійним джерелом надходжень для держави, ніж експорт будь-якого іншого товару, оскільки кон'юнктура попиту на звичайні товари піддається коливанням значно більшою мірою, ніж попит на працю (світові ціни на робочу силу постійно зростають).

Уряди багатьох країн підтримують повернення своїх громадян на батьківщину (рееміграцію), створюючи вигідні митні і податкові умови для ввезення реемігрантами засобів виробництва і валюти. Найбільші валютні доходи від експорту робочої сили в останнє десятиліття мали Португалія, Туреччина, Єгипет, Бразилія, Пакистан, Індія, Польща. [3, с.167]

Для отримання найбільшої вигоди від експорту трудових ресурсів державі необхідно підтримувати *конкуренентоспроможність* своїх громадян на світовому ринку, що досягається за рахунок інвестицій в людський капітал.

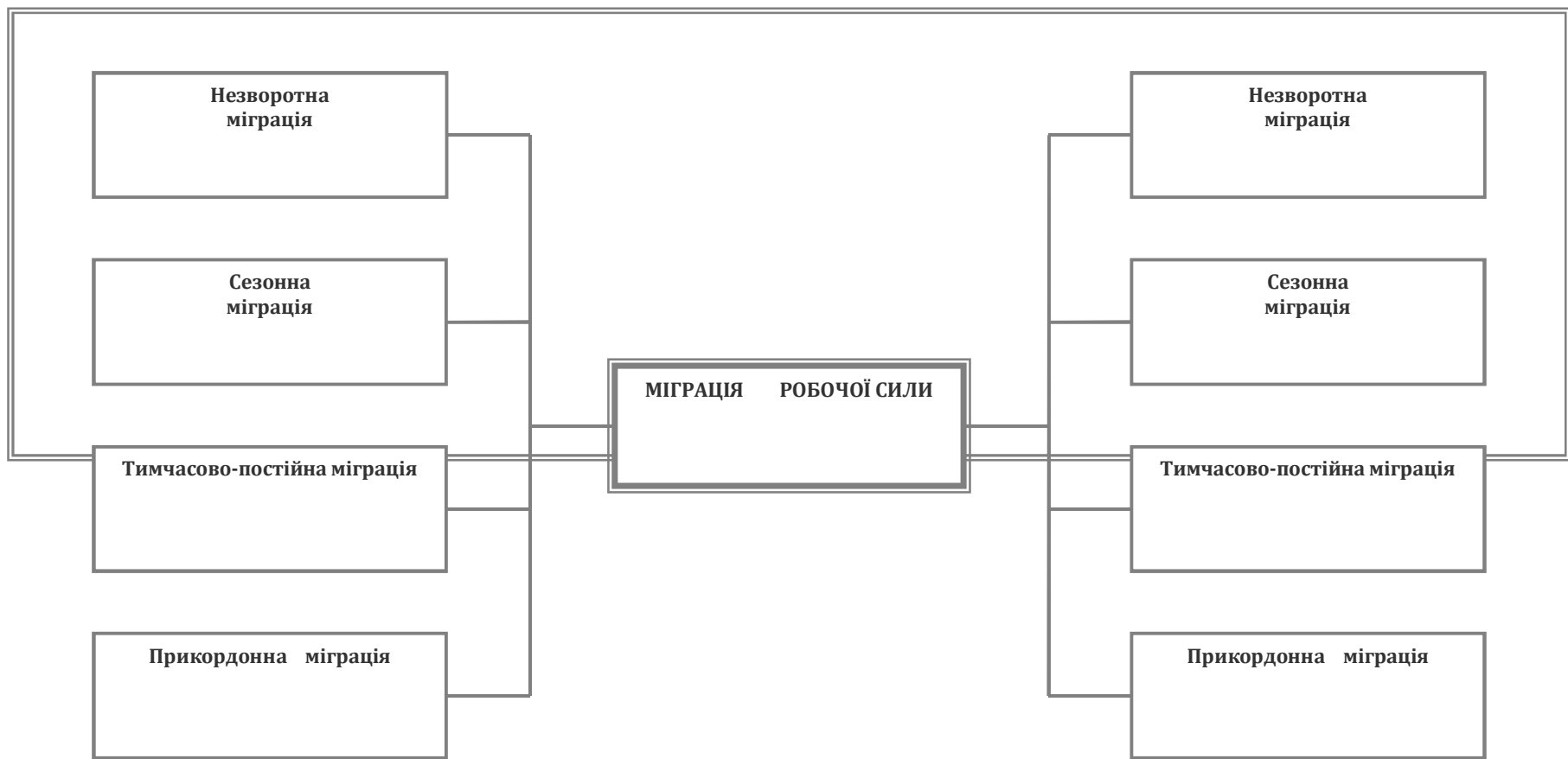


Рис. 1. Форми трудової міграції робочої сили [3, с. 165]

Людський капітал представляє собою частку продуктивної сили людини, що є результатом інвестування в освіту, охорону здоров'я, виховання. Як і будь-які інші напрями інвестування, інвестиції в людський капітал приносять дохід. Наприклад, індивід, що отримав формальну освіту, отримує більший обсяг доходу, ніж той дохід, на який він міг би розраховувати без освіти. Найбільш високі шанси отримати роботу за кордоном мають мігранти з природничонауковою і технічною освітою.

Країна, що експортує робочу силу, отримує вигоду також у вигляді зменшення напруженості на національному ринку праці. Від'ємною стороною від'їзду працівників в інші країни є, пер за все, еміграція висококваліфікованих працівників, яких потребує власна економіка, а також можливе припинення зв'язків між мігрантом і країною-донором. Розглянемо соціально-економічні наслідки міжнародної міграції детальніше.

Соціально-економічні наслідки міжнародної міграції досить різноманітні. Вони проявляються як у країнах, що експортують робочу силу, так і в країнах, що імпортують робочу силу, приносячи певні вигоди та втрати обом сторонам, хоча можна стверджувати, що вигод більше в країнах-імпортерах робочої сили, а в країнах – експортерах робочої сили втрати у цілому перевищують вигоди. [5, с.166] При цьому міжнародний ринок праці загалом виграє, оскільки, по-перше, свобода міграції створює можливість найбільш вигідного прикладання робочої сили для носіїв останньої, а по-друге, - створення більшого розміру чистого доходу світового виробництва (внаслідок дії першого чинника).

Щодо країн, що приймають робочу силу, можна виділити такі *позитивні наслідки*: [5, с.166-167]

- випереджальний розвиток наукоємних галузей в результаті впливу «відтоку мізків» з країн-донорів;
- у країні, що приймає робочу силу, особливо кваліфіковану, прискорюються темпи зростання економіки: додатковий попит на товари і послуги з боку іммігрантів стимулює зростання виробництва і створює додаткову зайнятість у країні перебування;
- підвищується конкурентоспроможність товарів, що виробляються країною, внаслідок зменшення витрат виробництва, пов'язаного з більш низькою ціною іноземної робочої сили і можливістю стримувати зростання заробітної плати місцевим працівникам через підвищену конкуренцію на ринку робочої праці;
- приймаюча країна виграє за рахунок податків, розмір яких залежить від кваліфікації та вікової структури іммігрантів, внаслідок чого заохочується приплив висококваліфікованих фахівців, що володіють мовою приймаючої країни;
- значний дохід приносить трансфер знань з країни еміграції. При імпорту кваліфікованих працівників і наукових кадрів приймаюча країна економить на витратах на освіту та професійну підготовку;
- іноземні працівники часто розглядаються як певний амортизатор на випадок зростання безробіття, особливо структурного внаслідок структурного перетворення економіки;
- іммігранти сприяють покращенню демографічної картини розвинутих країн, проблемою яких є швидке старіння населення (у Німеччина, Франції, Швеції 10% усіх новонароджених з'являються в сім'ях переселенців, у Швейцарії – 24%, у

Люксембургу – 38%);

- відбувається нівелювання зниженого відтворення населення, характерного для високо розвинутих країн;
- виконання іммігрантами неprestижних, низькооплачувальних робіт, які не приваблюють місцеве населення.

До *негативних наслідків*, породжених імміграцією, належить загострення соціальних проблем в приймаючій країні внаслідок зростання конкуренції на ринку праці, загострення міжнаціональних проблем, підвищення рівня злочинності тощо.

Країни – експортери робочої сили також отримують певні *вигоди*:

- зниження рівня безробіття внаслідок від'їзду носіїв робочої сили і як наслідок – зменшення соціальної напруженості в країні;
- безплатне для країни-експортера навчання робочої сили новим професійним навичкам, знайомство з передовою технологією, організацією праці тощо у випадку наступного повернення працівників або їх виробничих, інвестиційних контактів з країною походження;
- отримання доходів у вільно конвертованій валюті внаслідок грошових переказів емігрантів.

До *негативних наслідків* міжнародної міграції для країн-донорів робочої сили належать такі: [3, с.175-176; 5, с.167-168]

- прогресуюча депопуляція, в результаті чого зменшення чисельності населення країни може призвести до демографічної кризи;
- скорочення податкових надходжень через зменшення кількості платників податків;
- уповільнення темпів науково-технічного прогресу, культурного рівня країни внаслідок «відпливу мізків» - від'їзду кваліфікованих, ініціативних працівників.

З метою протидії негативним наслідкам міграції, країни-донори можуть застосовувати такі заходи:

- обмеження еміграції;
- введення податку на «відплив кращих голів» через механізм компенсування державних капіталовкладень в емігрантів;
- створення державою високоприбуткових галузей, що здійснюють експорт робочої сили. Так, в нових індустріальних країнах в результаті створення системи вербування і підготовки працівників необхідних спеціальностей для роботи за кордоном, перекази грошей до країни походження приносять держав значний дохід: наприклад, працівники даної категорії Південної Кореї відповідно до чинного законодавства, зобов'язані 80% заробітку переказувати на батьківщину у твердій валюті через банки.

Висновки з даного дослідження. На основі вищевикладеного можна визначити принципи, завдання, напрямки формування глобального ринку праці.

До *принципів формування глобального ринку праці* належать такі:

- добровільність участі країн на основі суверенної рівності держав в сфері соціально-трудова відносин;
- рівні права громадян і членів їх сімей на соціальний захист незалежно від держав перебування;
- визнання документів, що підтверджують рівень

- кваліфікації;
 - єдині принципи оплати праці, недопущення дискримінації в оплаті праці;
 - свобода переміщення громадян і їх родин на міжнародному ринку праці.
- Завданнями формування глобального ринку праці є такі:*
- підвищення інвестиційної активності з метою створення нових робочих місць;
 - формування раціональної галузевої структури зайнятості населення;
 - розробка національних програм створення робочих місць на основі прогнозування потреби в робочих місцях з урахуванням демографічних чинників;
 - підвищення ефективності наявних робочих місць;
 - створення розвинутого ринку житла;
 - підвищення гнучкості національних ринків праці;
 - переорієнтація економічно активного населення на нові форми виробничих відносин;
 - підвищення професійної і територіальної мобільності людських ресурсів;
- підвищення рівня життя населення;
 - реалізація упереджувальних заходів щодо підвищення рівня безробіття;
 - збереження і розвиток кадрового потенціалу;
 - розвиток системи безперервної освіти;
 - професійне навчання безробітних.
- Найбільш результативними напрямками формування глобального ринку праці є такі:
- приєднання країн до Конвенцій МОП щодо захисту прав працівників-мігрантів;
 - захист інтересів громадян за кордоном;
 - укладання міждержавних угод щодо працевлаштування та соціального захисту працівників-мігрантів;
 - визначення взаємних міждержавних квот для працевлаштування громадян;
 - просвітницька діяльність щодо умов і наслідків нелегальної міграції;
 - перешкоджання нелегальній міграції на міжнародному ринку праці.

Список літератури

1. Глобалізація мирового хозяйства / Под ред. М. Н. Осъмовой, А. В. Бойченко. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 376с.
2. Глобальна економіка: підручник / І. О. Бочан, І. Р. Михасюк. – К.: Знання, 2007. – 403 с.
3. Корниенко О. В. Мировая экономика: учеб. пособие / О. В. Корниенко. – СПб.: Питер, 2009. – 256 с.: ил. – (Серия "Завтра экзамен")
4. Лук'яненко Д. Г. Економічна інтеграція і глобальні проблеми сучасності / Д. Г. Лук'яненко. – К.: КНЕУ, 2005. – 204с.
5. Міжнародна економіка / За ред. Ю. Г. Козака, Д. Г. Лук'яненка, Ю. В. Макогона [3-тє вид.] – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 560 с.
6. Савельєв Є. Міжнародна економіка: теорія міжнародної торгівлі і фінансів / Є. Савельєв; За ред. О. Устенка. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – 495 с.
7. Старостіна А. Суперечливі шляхи економічної глобалізації / А. Старостіна // Економіка України. – 2008. - №5. - С.58-65.
8. Эльянов А. Глобалізація и догоняющее развитие / А. Эльянов // Мировая экономика и международные отношения. - №1. – 2004. – С.22-26.
9. Bergmann A. Interkulturelle Managemententwicklung - In Haller M. u. a. Globalisierung der Wirtschaft. Einwirkungen auf die Betriebswirtschaftslehre / A. Bergmann. — Bern, Stuttgart, Wien, 1993. — p. 23-34.

РЕЗЮМЕ

Оливко Оксана

Концептуальные принципы формирования глобального рынка труда

В статье наведен концептуальный анализ принципов формирования глобального рынка труда. Определено, что в ближайшем будущем ожидается усиление конкуренции для ограниченного трудового ресурса, который остается в Украине.

RESUME

Olyvko Oksana

Conceptual principles of the formation of a global labour market

In the article the conceptual analysis of the principles of the formation of the global labour market is carried out. There has been determined the fact that in the near future we expect increased competition for a limited labour resource that remains in Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

ОПТИМІЗАЦІЯ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПРОДУКЦІЄЮ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано динаміку зовнішньої торгівлі продукцією сільського господарства та харчової промисловості. Визначено напрями оптимізації структури зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору. Розглянуто механізми щодо забезпечення продовольчої безпеки країни.

Ключові слова: зовнішня торгівля, аграрний сектор, оптимізація структури, продовольча безпека.

Диспропорційність українського виробництва та лібералізація зовнішньої торгівлі призвели до зростання імпорту продукції сільського господарства та харчової промисловості. Структура зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору є незбалансованою. За останні роки спостерігається тенденція зростання питомої ваги експорту сировини, а в імпорті - продукції переробної промисловості. У структурі імпорту зростає частка аграрної продукції, для виробництва якої країна має ресурсний потенціал. У зв'язку із цим оптимізація структури зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору набуває важливого значення з точки зору продовольчої безпеки.

Питанням розвитку зовнішньої торгівлі аграрною продукцією та продовольчій безпеці присвячено праці Т. Домашевської, Я. Жаліло, А. Мазаракі, Т. Мельник, П. Саблука, О. Собкевич, Т. Осташко, В. Олійник. Однак потрібно поглибити дослідження в напрямі можливості нарощування експорту та заміщення імпорту певних видів аграрної продукції.

Метою статті є окреслення шляхів оптимізації структури зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору із урахуванням експортного потенціалу країни і скорочення продовольчого імпорту за рахунок власного виробництва.

Аграрний сектор України володіє значним виробничим потенціалом. Сьогодні у ньому зосереджено більше половини виробничих фондів, виробляється

близько 50% ВВП, дві третини товарів народного споживання, працює майже 40% населення [1, с. 190].

Сільське господарство на сьогодні залишається єдиною галуззю економіки, яке має позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Сільськогосподарська продукція посідає значну частку у зовнішній торгівлі України, має високі місця серед інших товарних груп. У зовнішньоторговельному обороті України більше ніж 10% припадає на агропродовольчу продукцію. У зовнішній торгівлі останньою спостерігається дисбаланс між сировинним експортом та імпортом готової продукції. У структурі експорту доволі значною є частка продуктів рослинного походження, а частка продукції сільського господарства та харчової промисловості є незначною. Так у структурі експорту продукція рослинного походження у 2011 р. складала 8,1%, в імпорті - 2,2%; продукція тваринного походження - 1,4% та 1,3% відповідно. Частки в експорті та імпорті готових продуктів харчування близькі - 4,3% та 3,7% [2]. Це свідчить про необхідність зростання експорту продукції аграрного сектору та зниження імпорту за рахунок виробництва імпортозамінної продукції.

Аналіз динаміки зовнішньої торгівлі за окремими видами аграрної продукції за період 2004-2011 рр. показує випереджальне зростання імпорту продукції тваринного походження, особливо в період світової фінансово-економічної кризи (рис. 1).

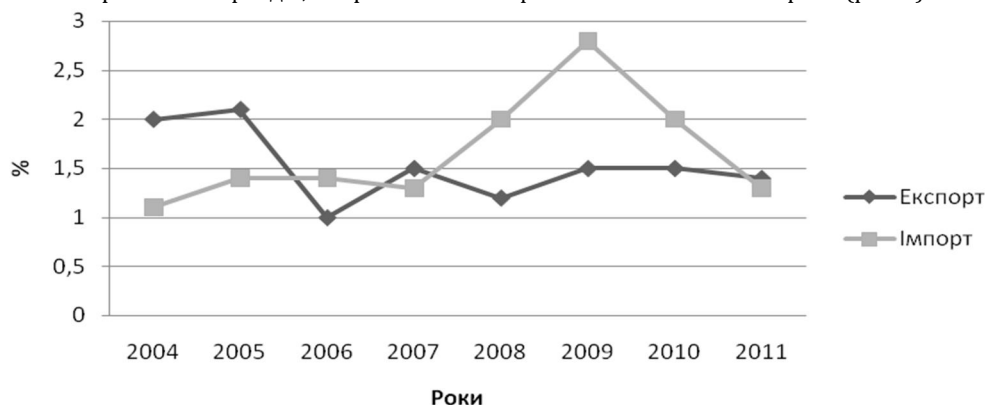


Рис. 1. Частка експорту, імпорту продукції тваринного походження за 2004-2011 рр.*

* Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

У структурі експорту за 2004–2011 рр. відбувається збільшення частки продукції рослинництва з 3,5% до 8,1% переважно за рахунок зернових (пшениці та

ячменю). При цьому частка в імпорті цієї продукції суттєво не змінилася і коливалася в межах 1,5–2,2% (рис. 2).

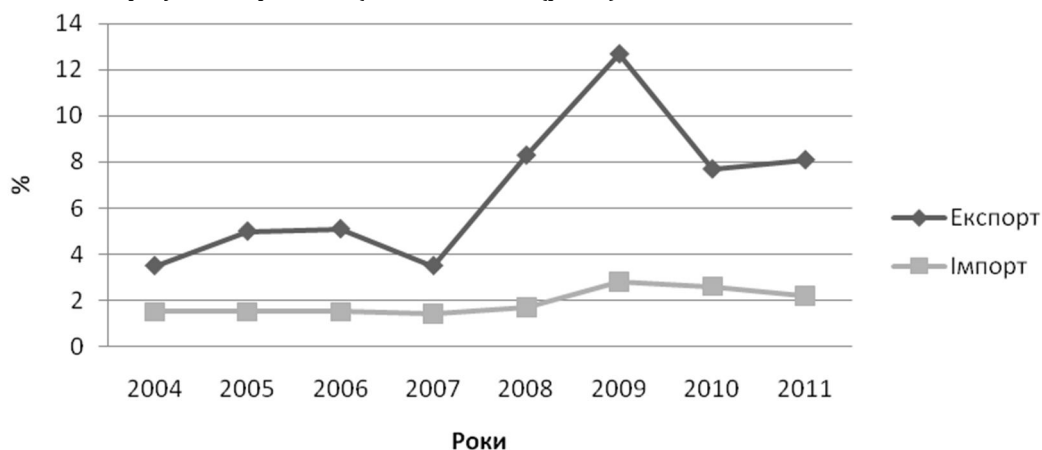


Рис. 2. Частка експорту, імпорту продукції рослинного походження за 2004 –2011 рр.*
* Побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Незважаючи на те, що сальдо зовнішньоторговельного балансу за товарними групами I–IV зросло до 645,7 млн дол. США у 2011 р. (на 15,5% до попереднього року), за окремими товарними групами спостерігається зменшення цього показника. Особливо це стосується товарної групи «Готові харчові продукти» – від (+ 66,1 млн дол. США) у 2010 р. до (– 87,6 млн дол. США) у 2011 р., що було спричинено збільшенням імпорту м'яса та риби – на 24,0 % та продуктів по переробці овочів та плодів – на 24,2%.

Після вступу України до СОТ збільшився імпорт агропромислових товарів із традиційних 7% до 9,0% у 2010 р. Це було зумовлено зниженням ввізного мита, збільшенням потреб підприємств харчової промисловості в імпорті сировини. Загалом тарифи були зменшені з 6,7% до 4,95%, а по товарах аграрного походження з 21,0% до 10,66% [3, с. 5]. На певних сегментах споживчого ринку (м'ясному, кисломолочному, плодоовочевому) відбулося витіснення вітчизняної продукції імпортною. Значно збільшилися поставки імпоротної плодоовочевої консервації, яка відрізнялася більш широким асортиментом та високою якістю. Високий рівень залежності відзначено за товарною групою по м'ясу свинини, показник якої за останні два роки склав біля 63%, а також за товарною групою «Плоди та ягоди» – 51,3% [4, с. 415].

Скорочення імпорту аграрної продукції можливе за рахунок нарощування власного виробництва. Водночас є можливість нарощувати експорт зерна, молочних продуктів, соняшникової олії. Однак, попри високий врожай на зернові та зростання попиту у світі у 2010 р., введення Урядом експортних квот та непрозорі правила гри на ринку не дозволили вітчизняним експортерам закрити імідж стабільних постачальників зерна [5, с. 12].

Продовольча безпека безпосередньо забезпечується АПК, зокрема сільським господарством і підприємствами харчової промисловості. Нині продовольчу небезпеку створює нарощування імпорту основних продуктів харчування, зокрема м'яса і м'ясних виробів. Імпорт продуктів харчування у внутрішньому споживанні складає біля 30%, що перевищує граничний

рівень продовольчої безпеки (не більше 25%) – [6, с. 226].

Стійка імпортна залежність від поставок м'яса виникла в Україні внаслідок скорочення вітчизняного виробництва (в Україні на душу населення припадає 41,1 кг, тоді як у США – 112 кг, Бразилії – 103 кг, Франції – 90 кг) [7, с.104]. Перешкодами для відновлення національного виробництва м'яса є: слабка сировинна база, високі кредитні ставки на вітчизняному ринку за умов необхідності значного оновлення матеріально-технічної бази і впровадження інноваційних технологій виробництва.

У харчовій промисловості в посткризовий період спостерігається повільне відновлення. Це спричинено зростанням індексу споживчих цін на харчові продукти, що негативно вплинуло на купівельну спроможність домогосподарств. Імпорт продукції сільського господарства та готових харчових продуктів із Російської Федерації, Білорусі стримує національне виробництво.

Слід зазначити, що в Україні рівень споживання окремих продуктів харчування (на душу населення за рік) не відповідає раціональним нормам. Ступінь забезпечення потреб у м'ясних продуктах задовольняється в середньому на 70%, молока і молочних продуктів – на 62,6%, яєць – на 82,7%. Крім того, вітчизняна продукція не завжди відповідає стандартам якості. За даними загальнодержавної комплексної програми «Добробут через аграрний розвиток України» переважна більшість вітчизняних продуктів харчування не відповідає показникам якості та безпеки: 50% м'ясопродуктів, 70% молокопродуктів, 60% хлібобулочних і кондитерських виробів і 72% риби [8]. Як зазначається в проекті «Національна доктрина продовольчої безпеки України», в країні відсутня адміністративна структура або спеціальний міжгалузевий (дорадчий) орган для розробки і здійснення комплексних довгострокових програм у сфері раціонального і безпечного харчування.

Аналіз виробництва продукції агропромислового комплексу свідчить про наявний дисбаланс у виробництві продукції тваринництва і рослинництва. Співвідношення валової продукції рослинництва і

тваринництва за останні роки становило відповідно 70 і 30, що є неефективним з точки зору оптимальної спеціалізації агроєкосистеми [9, с. 25]. Для ефективного використання аграрного потенціалу потрібно нарощувати виробництво не лише більш конкурентоспроможної рослинної продукції, а й продукції менш конкурентоспроможного тваринництва.

Розширення сільськогосподарського виробництва, оновлення виробничих фондів потребує фінансових ресурсів. За даними Міністерства аграрної політики України, довгострокових кредитів потребує близько 64% сільськогосподарських підприємств, 16% – середньострокових і лише 10% – короткострокових [10]. Вирішенню цих проблем сприятиме впровадження ефективної аграрної політики, іпотеки земель, а також зменшення кредитних ставок.

Оптимізація співвідношення між попитом і пропозицією забезпечує стабільне функціонування аграрних ринків. Реалізація цього завдання потребує запровадження механізмів збалансування попиту і пропозиції, зокрема програмного планування, здійснення товарних і фінансових інтервенцій, а також матеріально-технічних ресурсів для АПК, створення сприятливого для внутрішнього ринку експортно-імпортного режиму в умовах членства України у СОТ.

Для нарощування власного виробництва необхідним є створення умов для підвищення конкурентоспроможності національних виробників на основі державної підтримки із упровадженням у виробництво інноваційних інвестиційних проектів, прискорення гармонізації стандартів на продукцію, впровадження системи контролю за якістю та безпечністю продукції.

Механізми державної зовнішньоторговельної політики потрібно спрямовувати на оптимізацію обсягів між українською та імпортною продукцією на внутрішньому ринку країни. Інструменти торговельної політики повинні передбачати розширення застосування нетарифних методів регулювання, дозволених СОТ, зокрема ліцензування, сертифікації, фітосанітарних норм, екологічних заходів. Прискорення гармонізації можливе за участю бізнесу у фінансуванні розробки державних стандартів та стандартів підприємств. В Україні рівень гармонізації чинних

міждержавних (країн-учасниць СНД) і національних стандартів з міжнародними та європейськими у 2010 р. становив 19% [11]. Тому виробництво агропромислової продукції сертифікованої якості дозволяє зберегти за українськими виробниками значну частку внутрішнього продовольчого ринку та розширити їх доступ до ринків розвинених країн. У цьому зв'язку має бути прийнятий Закон «Про органічне землеробство», який спрямований на підтримку розвитку виробництва екологічно чистого виробництва.

Оскільки Україна за останні роки суттєво посилила імпортозалежність від продукції аграрного сектору, виникає необхідність гармонізувати заходи щодо захисту внутрішнього ринку, дозволених СОТ. У розвинених країнах застосовуються фермерські субсидії, що ставить у нерівні умови їхніх торговельних партнерів, зокрема Україну. Для розвитку тваринництва в країні потрібна державна цільова підтримка фермерських господарств, що дасть змогу загалом оптимізувати обсяги виробництва продукції сільського господарства. Слід зазначити, що рівень тарифного захисту сільського господарства в Україні є невисоким. Зв'язаний тариф на м'ясо та м'ясопродукти у 2010 р. складав 12–15%, молочні продукти – 10%, зернові – 5–20%, цукор – 50% (поза тарифною квотою). А в країнах ЄС рівень тарифного захисту на ринку молока складав 64,1% [12].

Таким чином, оптимізацію структури зовнішньої торгівлі в аграрному секторі необхідно здійснювати в напрямку зменшення імпорту готової продукції за рахунок імпортозамінного виробництва та нарощування експорту продукції глибокого ступеня переробки. Гарантування продовольчої безпеки сприятиме також прийняття Концепції продовольчої безпеки України та Закону «Про гарантування продовольчої безпеки України». Оптимізація структури зовнішньої торгівлі дасть змогу забезпечити продовольчу безпеку в країні і наситити внутрішній ринок високоякісною продукцією. Подальші дослідження потрібно продовжити в напрямі посилення регулювання зовнішньої торгівлі продукцією аграрного сектору та поглиблення механізмів дотримання продовольчої безпеки країни.

Список літератури

1. Джурик Н. Продовольча безпека України / Н. Р. Джурик, С.Н. Майкова // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.4 – С. 189–195.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
3. Осташко Т. Можливості та обмеження застосування захисних заходів для сільськогосподарської продукції в рамках СОТ / Т. Осташко // Економіст. – 2010. – № 9. – С. 4–6.
4. Пазізіна С. Посилення імпортозалежності економіки України та перспективи розвитку імпортозаміщення в посткризовий період / С. Пазізіна // Вісник ТНЕУ. – 2011. – Вип. 5–2. – С. 412–421.
5. Мазаракі А. Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі / А. Мазаракі, Т. Мельник // Вісник КНТЕУ. – 2011. – № 2. – С. 5–16.
6. Ткач В. Економічна безпека в умовах ринкової трансформації / В. Ткач // ISSN 2074–5362. Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – № 1 (10). – С. 223–228.
7. Зубець М. Стратегія розвитку м'ясного скотарства в Україні у контексті національної продовольчої безпеки / М. Зубець, І. Гусєва // Аграрна наука. – К.: Наука, 2008. – 176 с.
8. Мельник Л. Продовольча безпека у національному вимірі [Електронний ресурс] / Л. Мельник. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Chem_Biol/Nppdaa/econ/2012_2/184.pdf.
9. Домашевська Т. Структурні зрушення та фінансова підтримка агропромислового сектору України / Т. Домашевська // МАГІСТЕРІУМ, Економічні студії. – 2011. – Вип. 44. – С. 24–29.
10. Юрчик І. Кредитування сільськогосподарських виробників [Електронний ресурс] / І. Юрчик, Є. Льницька. – Режим доступу: <http://intkonf.org/yurchik-ib-ilnitska-ei-kredituvannya-silskogospodarskikh-tovarovirobnikiv>.
11. Інформаційно-аналітичні матеріали про підсумки роботи Держспоживстандарту України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dssu.ua>.
12. Жаліло Я. Ризики світової продовольчої кризи та виклики для України. Аналітична записка / Я. Жаліло, О. Собкевич, В. Русан [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/401/>.

РЕЗЮМЕ

Пазизина Клавдия

Оптимизация структуры внешней торговли продукцией аграрного сектора в контексте продовольственной безопасности

В статье проанализирована динамика внешней торговли продукцией сельского хозяйства и пищевой промышленности. Определены направления оптимизации структуры внешней торговли продукцией аграрного сектора. Рассмотрены механизмы обеспечения продовольственной безопасности страны.

RESUME

Pazizina Klavdia

Optimization of external trade structure of agrarian sector production in the context of providing the food security of Ukraine

The dynamics of external trade in agricultural products and food products are analyzed in the article. The ways of external trade structure optimization by the agrarian sector production are defined. The mechanisms of providing the food security of the country are discussed.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КЛАСТЕРІВ У МОЛОКОПЕРЕРОБНІЙ ГАЛУЗІ

У статті запропоновано методи оцінювання економічної ефективності діяльності кластерів у молокопереробній галузі. Розглянуто фактори впливу на результат роботи кластера на основі двох підходів: структурного та функціонального.

Ключові слова: ефективність, кластеризація, молокопереробна галузь.

Сучасні тенденції поглиблення процесів глобалізації економіки посилюють конкуренцію на світових ринках, а відтак зумовлюють необхідність формування масштабних інтегрованих господарських структур, причому як міжрегіонального, так і міждержавного рівня. Висока ефективність усіх організаційно-правових форм кластерів, що виникають у економіках більшості країн світу, підтверджує об'єктивність та неминучість становлення кластерної моделі регіональної економіки в Україні. В умовах сучасної конкуренції індивідуальне і самостійне функціонування навіть великих організацій дає все менші гарантії ефективного досягнення поставлених цілей, тому останнім часом підприємства значно охочіше використовують різні форми кооперації, сприймаючи їх як складові елементи своїх стратегій. Сильні глобалізаційні тенденції приводять до того, що в усіх галузях економіки співробітництво стає ключовим підходом до ефективної конкуренції. Таким чином, постає проблема детального аналізу кластерних об'єднань, ефективності їх діяльності, а також загроз та можливостей їх існування.

Багато зарубіжних авторів досліджували процеси кластеризації, оцінювали ефективність створення, розвитку і стимулювання кластерів, зокрема Є. Дахмен, А. Маршалл, І. Пилипенко, М. Портер, С. Розенфельд, І. Толенадо, В. П. Третьяк та інші. Роль кластерів та їх сутність вивчали українські вчені: Т. В. Дзядук, Л. В. Оболенцева, С. І. Соколенко, В. Чужиков та інші. У роботах цих авторів розкриті загальні теоретичні підходи до розвитку кластерної системи, однак недостатньо розглянуті питання комплексної оцінки ефективності кластерів. Оцінка результатів та ефективності діяльності останнього є важливим етапом формулювання стратегії, оскільки надає можливість моніторингу та вчасного формування комплексу заходів з підтримки чи ініціювання його реструктуризації. Саме тому дослідження присвячене розробці методики оцінки ефективності кластера.

Метою дослідження є розробка рекомендацій з оцінки ефективності кластерної співпраці.

Неодмінною умовою забезпечення конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта в ринковій економіці є оцінка ефективності різних аспектів його підсистем і діяльності загалом. Зокрема, розглянемо оцінку економічної ефективності не окремого господарюючого суб'єкта і не їх сукупності, а кластерного об'єднання.

Процес кластеризації молокопереробної галузі можна розуміти як процес прийняття управлінських рішень з точки зору вибору найкращої (найефективнішої)

альтернативи, чи варіанту розвитку регіону (країни). У цьому випадку він є аналізом усіх факторів впливу на економічний результат роботи системи (кластера), їх взаємодії між собою, зовнішнім середовищем тощо.

Аналіз факторів впливу на результат роботи може бути проведений двома основними підходами: структурним та функціональним.

Структурний підхід полягає у детальному розгляді об'єкта, що досліджується, його внутрішньої структури, усіх зв'язків як усередині, так і за його межами. Детальний опис усіх взаємодій при цьому значно ускладнений як в математичному плані, так і в економічному, фінансовому та маркетинговому аналізі отриманих результатів. Тому, як правило, такий підхід використовується здебільшого для невеликих економічних об'єктів.

На відміну від структурного, функціональний підхід дає змогу описувати предмет дослідження тільки за основними його виявами, факторними і результуючими ознаками. Виділення основних потоків інформації та встановлення обґрунтованої та адекватної форми зв'язку між ними без урахування внутрішньої структури об'єкта дослідження – основна ідея функціонального підходу.

Реалізацію функціонального опису доцільно проводити, репрезентуючи впровадження кластерів як складної економічної системи структурного типу (СЕС СТ), яка взаємодіє із зовнішнім середовищем. У цьому випадку всі потоки інформації про об'єкт дослідження можна умовно поділити на чотири основні класи:

- вхідні (X) – значення економіко-статистичних параметрів та виробничих параметрів, а саме: ресурсний потенціал кластера, параметри за якими його створено. А також соціально-демографічний стан суспільства;
- керуючі (U) – рівень державного сприяння та економічного, фінансового, маркетингового розвитку підприємств, що входять до кластеру (закони, нормативи, нові технології, обладнання, стандарти, проведення кластерної політики і вплив на кластери, накази тощо);
- випадкові (E) – різного роду стохастичні фактори (форс-мажорні обставини, несприятливі природні умови, політична нестабільність тощо);
- результуючі (Y) – випуск перш за все молокопродукції, що відповідає вимогам ССТ, диверсифікація експорту продукції тощо.

Тоді функціональний опис кластеру як СЕС СТ на основі інформаційних потоків про його діяльність можна подати як взаємодію виду:

$$Y=F(X,U,E),$$

де F - деякий функціонал, функція управління, яка враховує внутрішню структуру системи та встановлює якісний та кількісний зв'язок між вхідними та результуючими факторами системи.

Системний аналіз (СА) або системний підхід (СП) при вивченні економічних об'єктів - СЕС СТ та явищ, які відбуваються в них, встановлює, яким чином потоки на вході перетворюються в потоки на виході і з якою силою вони впливають на інші зовнішні системи. У результаті реалізації СА (СП) визначається функція кожної складової складної економічної системи.

Під кластером (кластерним об'єднанням), з точки зору системного аналізу, ми розуміємо сукупність господарських суб'єктів, що виконують функції і операції задля зміни вихідної продукції (сировини, напівфабрикатів, готової продукції та ін.), і внутрішньої структури та конфігурації. Водночас логістичний ланцюжок уміщує ланки логістичної системи, лінійно впорядковані за напрямом руху логістичного потоку (матеріального, інформаційного, інноваційного, фінансового, маркетингового) і виконують логістичні функції та операції (транспортування, складування, зберігання, консолідацію, розукрупнення, маркування, сортування, упаковку та ін.), при цьому кластери становлять комбінацію конкуренції та кооперації таким чином, що об'єднання в одних сферах допомагають успішно вести конкурентну боротьбу в інших.

Необхідно зазначити, що визначення ефективності кластеру є досить складною проблемою, оскільки:

- в економіці спостерігається широка різноманітність кластерних об'єднань, що мають як подібні параметри і характеристики, так і істотно розрізняються між собою, тому дати точну і однозначну оцінку їх ефективності на основі єдиної методики не виглядає можливим;
- на діяльність кластерів впливає значна кількість факторів у різних комбінаціях і нестабільних у часі, врахувати які вельми проблематично;
- необхідно брати до уваги, що певні фактори складно описати кількісно, а їх якісна оцінка є наближеною;
- досить складно оцінити ефективність кластерів та їх діяльність за допомогою інтегральних показників, зважаючи на значні похибки при їх формуванні та ін.

Ефективність - відносний показник, що характеризує позитивну динаміку розвитку суб'єкта економіки, в тому числі і кластера, в певний момент часу і рівний відношенню результату (ефекту) до витрат, які зумовили його отримання, отже ефективність E можна подати у вигляді такої формули:

$$E = \frac{P_{\text{пл/факт}}}{Z_{\text{пл/факт}}} \cdot 100\%, \quad (1)$$

де $P_{\text{факт}}$ і $P_{\text{пл}}$ - фактично досягнутий і запланований результат діяльності кластера в певний момент часу;

$Z_{\text{факт}}$ і $Z_{\text{пл}}$ - фактичні і заплановані витрати на досягнення результату діяльності кластера.

Слід зауважити, що у формулі (1) нами представлена обраховується економічна ефективність, яка може бути плановою або фактичною. При цьому при розрахунку фактичної економічної ефективності, на нашу думку, доцільно враховувати величину так званої «упущеної вигоди» кластерного об'єднання. З огляду на це, можна запропонувати показник ефективності управління, який

визначається за формулою:

$$E_y = \frac{P_{\text{факт}} - Y_e}{Z_{\text{факт}}} \cdot 100\%, \quad (2)$$

де Y_e - величина «упущеної вигоди» кластера.

В ідеалі (при ідеальному керівництві) ефективність управління буде дорівнювати економічній ефективності.

Формула (1) визначення економічної ефективності дозволяє вирішити ще одне важливе завдання кластера - при відомій величині приросту випуску продукції, отриманої за результатами маркетингових досліджень, і фіксованою (досягнутою кластером) величиною економічного ефекту виробництва E визначити граничну величину валових умовно-постійних витрат F , необхідних при екстенсивному веденні господарства для виробництва певного приросту випуску продукції. При цьому слід урахувати той факт, що валові умовно-постійні витрати, як правило, здійснюються у формі східчастого графіка у міру поступового збільшення випуску продукції. У цьому випадку використовується формула наступного виду:

$$F = ВП \cdot \left(\frac{Ц}{E} - \nu \right), \quad (3)$$

де ν - питоми умовно-змінні витрати кластеру;

$Ц$ - ціна за одиницю продукції;

$ВП$ - обсяг продукції, що випускає кластер у натуральному виразі.

Ефективність діяльності кластерного об'єднання можна оцінити кількісно і якісно. Це положення в повному обсязі стосується як витрат, так і результатів. Але оцінки економічної ефективності на різних стадіях життєвого циклу кластерного об'єднання мають особливості, зазначені в таблиці 1.

Однією з головних складових ефективності кластеру є його інноваційна спрямованість, оскільки без упровадження інновацій кластерне об'єднання буде прототипом територіальних виробничих об'єднань і зможе проіснувати лише обмежений проміжок часу до логічного завершення свого виробничого потенціалу.

У нашій роботі ми розглядаємо кластер на стадії розробки, тому економічна ефективність може бути оцінена в кількісно-якісному відношенні і на початковому етапі можлива деструктивність.

Як кількісна, так і якісна оцінка економічної ефективності на даному етапі є вельми ускладнена. Так, наприклад, витрати і результати в якісному вираженні оцінюються у випадках невизначеності і ризику, тобто в наступних ситуаціях:

- при визначенні розмірів необхідних інвестицій;
- при реалізації програм соціальної відповідальності перед суспільством;
- при створенні об'єктів інтелектуальної власності;
- при широкому залученні співробітників підприємств і організацій в інноваційну сферу діяльності;
- при проведенні акцій у форматі «Public Relations» та ін.

Аналогічним чином можна розуміти особливості оцінки економічної ефективності залежно від характеру потреб на ринках певного виду продукції, в нашому випадку - молокопродукції, що відповідає вимогам СОР. До таких потреб, на нашу думку, слід зарахувати: однорідні, неоднорідні і елітарні потреби, поява яких здійснюється в процесі переходу від ринку «постачальника» до ринку «споживача». Результати дослідження за цим напрямком подано в таблиці 2.

Таблиця 1. Особливості оцінки економічної ефективності на різних етапах життєвого циклу кластера

Етапи	Показники		
	Витрати	Результат	Економічна ефективність
Дослідження	Важкопрогнозовані, здійснюються поетапно, залежно від результату	Важкопрогнозований, може відрізнятися нестабільністю на окремих етапах	Оцінюється якісно, велика ймовірність переростання в деструкцію
Розробка	Важкопрогнозовані, в основному спрямовані на впровадження кластерного об'єднання, реакція якою, як правило, невідома	Оцінюється методами теорії ймовірності, залежно від характеристик сегментів ринку	Оцінюється в кількісно-якісному відношенні, на початковому етапі можлива деструктивність
Комерційна реалізація	Визначається без особливих проблем	Постійно покращується за рахунок охоплення нових сегментів ринку. Невідома абсолютна границя результату	Оцінюється в основному кількісно
Стабілізація	Визначення викликає певні забруднення, велика ймовірність деструкції	Оцінюється нестабільністю у зв'язку із появою конкурентів	Оцінюється як кількісно, так і якісно
Зрілість	Важкопрогнозовані, необхідна їх якісна оцінка	Важкопрогнозований, може відрізнятися нестабільністю на окремих етапах	Оцінюється якісно, переходить у деструктивність

Таблиця 2. Особливості оцінки економічної ефективності від характеру потреб на ринку молоко продукції

Потреби	Показники		
	Витрати	Результат	Економічна ефективність
Однорідні	<ul style="list-style-type: none"> – порівняно вузький асортимент ресурсів, що закуповуються; – економія на переобладнанні устаткування; – вузька спеціалізація; – елементарні операції; – масова реалізація; <p><i>мета – зниження собівартості</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – широке охоплення ринку; – достатньо висока якість; – зручність обслуговування; – стандартний сервіс; – екстенсивні методи розвитку; <p><i>результат порівняно легко прогнозується</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – визначається кількісно; – ефективність, як правило, наближається до ефективності управління; – деструктивність настає при насиченні ринку
Неоднорідні	<ul style="list-style-type: none"> – диференційований набір продукції і послуг; – випуск партій продукції в умовах серійного виробництва; – комбінація спеціалізації і універсальності; – реалізація в розрахунку на сегменти ринку; <p><i>мета – задоволення потреб</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – орієнтація на певні групи клієнтів; – якість залежить від вимог клієнтів; – різноманітний сервіс; – екстенсивні та інтенсивні методи розвитку; <p><i>результат не завжди прогнозується</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – визначається в основному кількісно; – ефективність відрізняється від ефективності управління; – деструктивність настає при неправильній ідентифікації ринку
Елітарні	<ul style="list-style-type: none"> – широкий асортимент ресурсів, що закуповуються; – часті переналагодження устаткування; – упровадження програм по збагаченню праці; – диференційована реалізація; – зростання конкуренції; – глобалізація господарської діяльності; <p><i>мета – виживання на конкурентному ринку</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – орієнтація на індивідуального споживача; – гарантія якості продукції і послуг; – відповідні складнощі з обслуговуванням; – різноманітний сервіс; – інтенсивні методи розвитку; <p><i>результат складно прогнозується</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> – визначається як кількісно, так і якісно; – суттєва різниця між економічною ефективністю і ефективністю управління; – деструктивність настає при зниженні якості задоволення потреб ринку

Продукція, що задовольняє вимоги СОР, відповідає неоднорідним потребам і ефективність у цьому випадку визначається в основному кількісно; ефективність відрізняється від ефективності управління; деструктивність настає при неправильній ідентифікації ринку.

Аналіз фахових джерел показує, що область дослідження поняття «ефективність» досить широка. Цей факт зумовлює необхідність класифікації ефективності кластерного об'єднання за сукупністю ознак (таблиця 3).

Таблиця 3. Класифікація поняття ефективність кластера

Класифікаційна ознака	Види ефективності
1. Тип ефективності	Ефективність: економічна і управління
2. Блоки господарської діяльності	Ефективність: закупівлі, виробництва і збуту
3. Рівень економічної системи (кластера)	Ефективність: робочого місця, виробничої ділянки, цеху, підприємства, кластера, регіону, держави, міждержавної системи
4. Елементи управління кластером	Ефективність: суб'єкта і об'єкта системи управління
5. Функції управління	Ефективність: прогнозування, планування, організації, мотивації, контролю, обліку, аналізу, нормування, координації та ін.
6. Стиль управління	Ефективність: авторитарного, демократичного і ліберального стилів управління
7. Тип сфери виробництва кластера	Ефективність: основного, допоміжного та обслуговуючого виробництва
8. Рівень системи управління	Ефективність: нижчого, середнього і вищого рівнів управління
9. Тип виробничого процесу	Ефективність: технологічного і логістичного процесів
10. Стадія управлінського рішення	Ефективність: підготовки, прийняття, реалізації управлінських рішень
11. Тип ресурсів, що переробляються	Ефективність переробки: матеріальних, інформаційних, інноваційних, фінансових, людських ресурсів
12. Стадія бізнес-процесу	Ефективність: операцій, функцій, активностей, видів діяльності
13. Сфера економіки кластера	Ефективність: основних фондів, оборотних коштів, праці, інвестиційних проектів та ін.
14. Організаційно-правова форма	Ефективність: ПП, ТОВ, ПрАТ, ПАТ
15. Тип виробництва	Ефективність: одиничного, серійного, масового типів виробництва
16. Політика просування товарів	Ефективність: реклами, стимулювання збуту, особистої реалізації, «Public Relations»
17. Тип організаційної структури управління	Ефективність: бюрократичних, дивізіональних і адаптивних структур управління

Між виділеними в таблиці 3 класифікаційними ознаками може бути встановлена певна ієрархія, що дозволяє контролювати досягнення ефективності в різних сферах господарської діяльності кластера (рисунок 1).

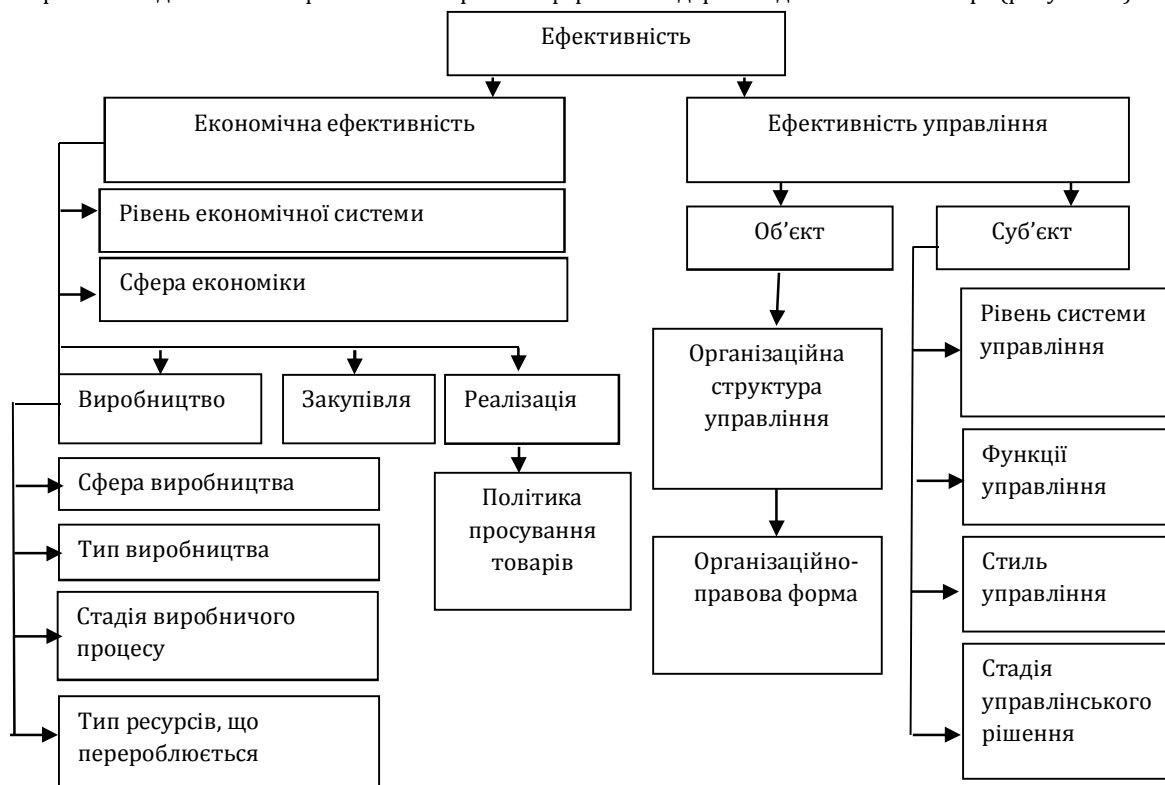


Рис. 1. Ієрархія класифікаційних ознак при визначенні ефективності кластера

Необхідно зазначити, що кожна з наведених у таблиці 3 класифікаційних ознак створює передумови для ускладнення видів ефективності. Для роз'яснення цієї ситуації звернемося до класифікаційної ознаки 2 –

«блок господарської діяльності кластера». Якщо в якості передумови дослідження вибрати два крайні варіанти:

- економічна ефективність наявна;
- спостерігається стабільність чи деструктивність,

тобто економічна ефективність відсутня, отже, можна виокремити вісім основних варіантів економічної ефективності діяльності кластера за його основними блоками (таблиця 4).

Таблиця 4. Основні варіанти економічної ефективності діяльності кластера за основними блоками

Варіант ефективності	Закупка	Виробництво	Збут
Відсутність ефективності	Ні	Ні	Ні
Ефективність виробництва	Ні	Так	Ні
Ефективність збуту	Ні	Ні	Так
Ефективність виробничо-реалізаційної діяльності	Ні	Так	Так
Ефективність закупок	Так	Ні	Ні
Ефективність закупівельно-виробничої діяльності	Так	Так	Ні
Ефективність комерційної діяльності	Так	Ні	Так
Ефективність господарської діяльності	Так	Так	Так

Основними варіантами економічної ефективності кластера за його господарськими блоками діяльності виступають: ефективність закупок, ефективність виробництва, ефективність збуту.

Виокремимо різні аспекти ефективності [12;13;14;15]:

- внутрішню ефективність з точки зору використання внутрішніх можливостей кластера або з точки зору управління внутрішніми ресурсами (витратами і капіталом);
- зовнішню ефективність – ефективність з точки зору використання зовнішніх можливостей кластера;
- загальну ефективність – ефективність у якості композиції двох її складових: внутрішньої та зовнішньої;
- ринкову ефективність – наскільки повно задовольняються запити споживача порівняно з альтернативними варіантами їх задоволення;
- ідеальну ефективність – попри зусилля менеджменту з оптимізації організаційної структури така ефективність практично не досяжна;
- цільову або стратегічну ефективність, яка відображає ступінь досягнення цілей кластера

(очевидно, що в такому випадку мова йде про результативність);

- витратну або тактичну ефективність, що характеризує економічність способів перетворення ресурсів у результаті виробничої діяльності кластера;
 - глобальну ефективність економіки – наслідок способів функціонування кластера на макрорівні.
- З метою впорядкування різних точок зору з порушеного аспекту дослідження виділимо наступні класифікаційні ознаки:
- ступінь використання внутрішніх можливостей кластера (використовуються – символ «1», не використовуються – символ – «0»);
 - ступінь використання зовнішніх можливостей кластера (використовуються – символ «1», не використовуються – символ – «0»);
 - здійснення заходів щодо адаптації кластера до зовнішнього середовища (здійснюються – символ «1», не здійснюються – символ «0»).
- Вказані класифікаційні ознаки дозволяють виділити вісім видів ефективності кластера (таблиця 5).

Таблиця 5. Основні види ефективності кластера

Вид ефективності	Ступінь використання внутрішніх можливостей кластера (ресурсний потенціал)	Ступінь використання зовнішніх можливостей кластера	Здійснення заходів по адаптації кластера до зовнішнього середовища
Відсутність ефективності	0	0	0
Зовнішня ефективність	0	1	0
Стратегічна ефективність	0	0	1
Ринкова ефективність	0	1	1
Внутрішня ефективність	1	0	0
Тактична ефективність	1	1	0
Маркетингова ефективність	1	0	1
Ідеальна ефективність	1	1	1

Таким чином, отримали шість видів ефективності з восьми викладених вище. Водночас нам не вдалося виділити:

- загальну ефективність, замість неї в таблиці 5 вказана тактична ефективність;
- глобальну ефективність, яка, втім, може бути обґрунтована за допомогою введення додаткової класифікаційної ознаки «тип господарюючого суб'єкта».

Оскільки за визначенням ефективність – це відносний показник, що відображає позитивну динаміку в розвитку кластера, доцільно виявити основні напрямки отримання ефективності. При цьому, на нашу думку, слід здійснювати відповідні перетворення в системі і в процесі як основних об'єктах досягнення такої ефективності. Ця особливість урахована в таблиці 6, у якій простежується ієрархія вказаних перетворень за ознакою їх глобальності.

Таблиця 6. Основні напрямки досягнення ефективності

Кластер		Процес	
1	Ліквідація «вузького місця»	1	Корегування процесу
2	Уведення/ліквідація елементів кластера	2	Локальна оптимізація процесу
3	Введення/ліквідація кластера	3	Модернізація процесу
4	Перетворення горизонтальних і вертикальних зв'язків у кластері	4	Часткова зміна процесу
5	Заміна/ліквідація кластера	5	Заміна/ліквідація процесу

Оскільки запропоновані нами кластерні об'єднання знаходяться в стадії розробки, а молокопродукція, що відповідає вимогам СОТ, за характером потреб визначається як неоднорідна, то з основних варіантів економічної ефективності кластера за його господарськими блоками діяльності провідним варіантом буде ефективність закупок. Ефективність виробництва, ефективність збуту на етапі

впровадження кластеризації не будуть мати суттєвого впливу на загальну ефективність. Отже, оцінка економічної ефективності в цьому випадку буде базуватися на оцінці ресурсного потенціалу кластера і використання нових технологій, технологічних процесів, інновацій, стратегій.

Таким чином, можуть бути отримані наступні види ефективності кластера (таблиця 7).

Таблиця 7. Основні види ефективності кластера на етапі впровадження

Вид ефективності	Ступінь використання внутрішніх можливостей кластера (ресурсний потенціал)	Ступінь використання зовнішніх можливостей кластера	Здійснення заходів по адаптації кластера до зовнішнього середовища
Внутрішня ефективність	1	0	0
Тактична ефективність	1	1	0
Маркетингова ефективність	1	0	1
Ідеальна ефективність	1	1	1

Запропонована методика ефективності впровадження кластерів у молокопереробній галузі Чернігівської області може бути використана в різних регіонах України, а також пристосована до інших галузей.

На сьогодні застосування кластерного підходу в Україні є необхідною умовою для відродження вітчизняного виробництва, підвищення ефективності інноваційного розвитку регіонів, досягнення високого рівня економічного розвитку та конкурентоспроможності. Формування кластерів неможливе без взаємодії та довготривалих

взаємовигідних партнерських відносин між усіма учасниками кластера.

Основною метою господарської діяльності кластера для досягнення ними необхідного рівня конкурентоспроможності на регіональних та світовому ринках є досягнення економічної ефективності, її оцінка може базуватися на оцінці ресурсного потенціалу кластера та використання нових технологій, технологічних процесів, інновацій та стратегій, а також маркетингової діяльності, яка охоплює всі етапи життєвого циклу товару в системі управління якістю.

Список літератури

1. Маршалл А. Принципы экономической науки: В 3 т. [Текст] / А. Маршалл. - М., 1993. - Т.1.
2. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. / М. Портер. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2002.-496 с.
3. Розенфельд С. Внедрение кластеров в экономику [Текст] / С. Розенфельд ; Пер. с англ.: учеб. пос. / С. Розенфельд. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. - 418 с.
4. Tolénado J. A Propos des Filieres Industrielles / A Tolénado // Revue d'Economie Industrielle. - 1978. - Vol.6, №4. - P. 149-158.
5. Dahmen E. Entrepreneurial Activity and the Development of Swedish Industry, 1919-1939 / E. Dahmen. - Stockholm, 1950.
6. Пилипенко И. В. Кластерная политика в России [Текст] / И. В. Пилипенко. // Общество и экономика. - 2007. - №8. - С. 28-64.
7. Третьяк В. П. Кластеры предприятий: пути создания и результативность функционирования [Текст] / В. П. Третьяк. - М.: Август Борз, 2006.-132 с.
8. Дзядук Т. В. Кластер як засіб підвищення конкурентоспроможності [Текст] / Т. В. Дзядук // Економічний простір. – №20/2. – 2008.
9. Оболенцева Л. В. Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку: підручник [Текст] / Л. В. Оболенцева; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. - Х.: ХНАМГ, 2010. - 249 с.
10. Чужиков В. Кластери як об'єкт державного регулювання [Текст] / В. Чужиков // Вісник УАДУ. – 2001. - №4. – С. 160-167.
11. Соколенко С. И. Производственные системы глобализации: сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры: Укр. Контекст. [Текст] – К.: Логос, 2002.– 646 с.
12. Гуськова, Н. Д. Микроэкономика: учеб. пособие / Н. Д. Гуськова, Н. П. Макаркин, П. В. Шичкин. – Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 1997. – 216 с.
13. Крейчман, Ф. С. Эффективная организация управления акционерными предприятиями в условиях рынка / Ф. С. Крейчман. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2000. – 316 с.
14. Планирование повышения эффективности производства и качества продукции в промышленности / Под ред. Н. М. Ознобина. – М.: Экономика, 1979. – 160 с.
15. Повышение эффективности общественного производства и совершенствование хозяйственного расчета / Под ред.

РЕЗЮМЕ

Пшеничная Татьяна

Оценка эффективности деятельности кластеров в молокоперерабатывающей отрасли

В статье предложены методы оценивания экономической эффективности деятельности кластеров в молокоперерабатывающей отрасли. Рассмотрен анализ факторов влияния на результат работы кластера посредством двух подходов: структурного и функционального.

RESUME

Pshenychna Tetiana

Assessment of the performance of clusters in the dairy industry

The paper proposes methods for estimating the economic efficiency of the clusters in the dairy industry. We consider the analysis of the factors affecting the result of the cluster by means of two approaches: structural and functional.

Стаття надійшла до редакції 22.02.2013 р.

Ігор САВЕНКО

доктор економічних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу та логістики,
Одеська національна академія харчових технологій

СТАНДАРТИЗАЦІЯ ЗЕРНОВОЇ ПРОДУКЦІЇ - ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ МАКРОЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ ВИРОБНИЦТВА ТА ПЕРЕРОЗПОДІЛУ ЗЕРНА В УКРАЇНІ

У статті розглянуто стандартизацію зернової продукції як основу функціонування макрологістичної системи зберігання та переробки зерна.

Ключові слова: стандарти, стандартизація зернової продукції, макрологістична система, зернозберігаючі підприємства.

Україна є однією з провідних країн світу за виробництвом зернової продукції. Внутрішнє споживання України репрезентоване продовольчим, виробничим та кормовим споживанням, насіннєвим та інтервенційним фондами. Зовнішнім вектором виступає експортна складова. Примітно, що експортна складова в зерновому балансі постійно зростає. Враховуючи тенденцію зростання виробництва зерна, вважаємо, що постає питання зберігання та переміщення великих партій зерна. Ці питання можна вирішити ефективно тільки завдяки створенню макрологістичних систем.

Одним із визначальних факторів функціонування логістичних систем є загальноприйняті стандарти на ресурси та унеможливлення циркулювання в названих системах нестандартної сировини, напівфабрикатів, комплектуючих виробів та готової продукції. Унеможливлення введення в систему нестандартних ресурсів може регламентуватися умовами договорів постачання, надання послуг, аутсорсингу тощо. Інша річ, коли відбувається псування ресурсу, наприклад зернової продукції, в процесах зберігання, просування чи виведення його із логістичної системи. Враховуючи, що Україна є одним із провідних світових виробників зернової продукції, вирішення проблеми псування зернової продукції в ланках логістичних системах має важливе значення.

Україна є членом Міжнародної організації по стандартизації (ISO). Національні стандарти, які гармонізовані з міжнародними та європейськими вимогами, а також технічні регламенти, процедури підтвердження відповідності є основними елементами системи технічного регулювання в Україні.

Згідно із законом України «Про стандартизацію»: стандартизація – це діяльність, яка полягає у встановленні положень для загального і багаторазового застосування щодо наявних чи можливих завдань з метою досягнення оптимального ступеня впорядкування у певній сфері, результатом якої є підвищення ступеня відповідності продукції, процесів та послуг їх функціональному призначенню, усуненню бар'єрів у торгівлі і сприянню науково-технічному співробітництву [1]. Нормативні документи із стандартизації поділяються на: державні стандарти України; галузеві стандарти; стандарти науково-технічних та інженерних товариств і спілок; технічні умови; стандарти підприємств. Стандартизація

продукції, у тому числі і зернової, є одним з базових елементів забезпечення її якості. Основними зерновими культурами України є озима пшениця і жито, круп'яними – просо, гречка і рис, зернофуражними – ячмінь, кукурудза і овес, зернобобовими – горох і соя, олійними – соняшник та ріпак.

Озима пшениця – основна продовольча зернова культура, посіви якої займають до половини зернового клину. Найвища концентрація їх у степовій (понад половину посівів) і лісостеповій зонах (понад третину). Значно менше посівних площ під озимою пшеницею на Поліссі. Озиме жито – цінна продовольча культура. Основні його посіви зосереджені на Поліссі (понад 60 %), в районах Карпат і деяких лісостепових районах.

Просо, гречка, рис – цінні круп'яні культури. Просо завдяки його посухостійкості вирощують переважно в степових областях, хоча найбільші врожаї отримують у лісостепових. Гречку вирощують у лісостепових і поліських областях, менше – у степових. Рис почали сіяти в Україні у 30-х роках ХХ століття в Херсонській, Миколаївській та Одеській областях та Автономній Республіці Крим.

Ярий ячмінь – друга зернова культура за площею посівів після пшениці і валовими зборами зерна. Посіви розміщені переважно в північному степу і лісостепу, а також у передгірських та гірських районах Карпат. Озимий ячмінь вирощують у південному Степу та у передгірських та гірських районах Криму. Кукурудза – цінна продовольча і фуражна культура. Її основні посіви зосереджені у Степу і південній частині Лісостепу. Овес – допоміжна фуражна культура. Найбільшу частку в структурі посівних площ овес займає на Поліссі і в районах Карпат.

Серед зернобобових культур в Україні найбільш поширені горох, люпин, вика, менше – соя, сочевиця, квасоля, боби, чина та інші [2, с.102].

Серед олійних культур основне місце займають соняшник та ріпак. Ріпак – це цінна олійна культура, з якої отримують високоякісна олія, легкозасвоювані білкові препарати, дизельне пальне, мастила і розчинники. Завдяки вмісту незамінних амінокислот білка та інших біологічно важливих компонентів насіння ріпаку може бути джерелом збагачення комбікормів і харчових продуктів повноцінним рослинним білком, ліпідами та мінеральними речовинами.

У зв'язку з тим, що віднесення продукції до конкретного роду, виду, сорту є основою при її грошовій оцінці, точність та ідентичність результатів вимірів параметрів є визначальними при класифікації продукції. Зернозберігаючі підприємства (елеватори, ХПП, хлібні бази), надаючи послуги із зберігання зернової продукції, самостійно виконують операції по віднесенню продукції до конкретного роду, виду, сорту тощо. Зважаючи на те, що послугами підприємств користуються сільськогосподарські підприємства і фермери, які у своєму складі не мають лабораторій, оснащених спеціальним обладнанням, вони ні теоретично ні практично не в змозі провести роботу з якісної оцінки збіжжя. Оцінка збіжжя, проведена зернозберігаючим підприємством, є вирішальною і безпеліційною для здавача збіжжя на зберігання. В переліку категорій, які мають для зерноведення найбільше практичне значення, є: сімейство, триба, рід, вид, підвид, різновидність, форма та сорт.

Якість зерна оцінюють за п'ятьма групами ознак: органолептичними, ботаніко - фізіологічними, фізичними, хімічними та технологічними. При органолептичній оцінці якість зерна визначають за допомогою органів чуття: за кольором, запахом і смаком. При ботаніко - фізіологічній оцінці зерна встановлюють культуру, її вигляд, форму (озима, ярова), морфологічні особливості, колір, схожість. При оцінці фізичних ознак (властивостей) визначають: форму насіння, густину, лінійні розміри, лужистість, натуру, об'єм, механічні пошкодження, виповненість, тріщинуватість, щуплість, механічні властивості, вирівняність, аеродинамічні властивості, масу 1000 зерен, зараженість шкідниками, склоподібність, засміченість. До хімічних показників відносять: вологість, зольність, кількість білкової речовини,

кислотність, вміст та якість клейковини. До технологічних властивостей належать вимоги, які ставляться перед зерном та продуктах його переробки в борошномельній, хлібопекарній, круп'яній, макаронній, кондитерській, пивоварній, крохмале-патоковій, спиртовій та масложировій галузях промисловості [3, с. 14 - 15].

Розглянемо чинні стандарти на зернову продукцію з метою аналізу систем класифікації. Стандартом є документ, у якому в цілях добровільного багатократного використання встановлюються характеристики продукції, правила здійснення і характеристики процесів виробництва, експлуатації, зберігання, перевезення, реалізації і утилізації, виконання робіт або надання послуг [1].

Згідно із національним стандартом України «Пшениця. Технічні умови». ДСТУ 3768:2004 залежно від ботанічних та біологічних ознак, кольору та скловидності пшениця поділяється на сім типів: I тип м'яка червона яра твердозерна; II тип - м'яка червона озима твердозерна; III тип - м'яка біла яра твердозерна; IV тип - м'яка біла озима твердозерна; V тип - тверда яра; VI тип - тверда озима і до VII типу віднесена некласифікована пшениця. Типи пшениць відповідають типології, прийнятій у світовій практиці: I тип - Hard red spring wheat; II тип - Hard red winter wheat; III тип - Hard white spring wheat; IV тип - Hard white winter wheat; V тип - Spring durum wheat; VI тип - Winter durum wheat. Залежно від показників якості: кількість та якість клейковини, масової частки білку, «числа падіння», натуре, вологості, вмісту зернових та сміттєвих домішок виокремлюють м'яку та тверду пшениці. М'яку пшеницю розподіляють на 6 класів, тверду - на 5 класів та встановлюють наступні вимоги (табл. 1) [4].

Таблиця 1. Вимоги до м'яких та твердих пшениць

Показники	Класи м'яких пшениць						Класи твердих пшениць				
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5
1. Типовий склад	I-IV типи			I-IV типи			V і VI типи			V, VI типи	
2. Натура, г/л, не менше	760	760	730	710	710		750	750	730	710	
3. Вологість, %, не більше	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5	14,5
4. Сміттєві домішки, % не більше	1,5	2,0	3,0	4,0	5,0	5,0	2,0	2,0	3,0	5,0	5,0
5. Зернові домішки, % не більше	5,0	5,0	10,0	10,0	15,0	15,0	5,0	5,0	10,0	10,0	15,0
у т.ч. пророслі зерна	1,0	1,0	3,0	3,0	5,0		1,0	1,0	3,0	3,0	
6. Масова частка: білка, у перерахунку на суху речовину %, не менше;	14,0	13,0	11,5	10,0	10,0		15,0	14,0	12,0	11,0	
сирої клейковини, % не менш	30	27	23	18	18		32	28	25	20	
7. Якість клейковини, група	I	I	I-II	I-II	I-III		I-II	I-II	I-II	I-III	
8. Число падіння	200	200	150	100	<100		200	200	151	100	

«Жито. Технічні умови». ДСТУ 4522: 2006. Залежно від показників якості жито підрозділяють на чотири класи. Рекомендують використовувати зерно жита : 1; 2; 3 -го класів для переробляння на борошно та інші продовольчі потреби, 4-го класу для кормових потреб [5].

ГОСТ 22983-88: «Просо - вимоги при заготівлях та постачаннях». Залежно від кольору квіткових плівок

просо поділяється на три типи.

Перший тип: білого та кремового кольору, другий - від світло-червоного до темно-червоного та коричневого та третій тип - від золотисто-жовтого до темно - та сіро - жовтого. За якістю просо ділять на три класи: перший, другий та третій. Просо, яке відповідає вимогам першого та другого класу, використовується для продовольчих цілей. Просо третього класу

використовується для переробки на комбікорми та для кормових цілей [6].

«Гречка. Технічні умови». ДСТУ 4524: 2006. Гречка постачається для переробки в крупу. Виділяють три класи за якістю: перший, другий та третій [7].

ГОСТ 6293-90: «Рис». Вимоги при заготівлях та постачаннях. За відношенням довжини до ширини нелущеного зерна та консистенції рис поділяється на типи та підтипи. До першого типу належить зерно із відношенням довжини зерна до ширини 3,5 і більше та скловидною консистенцією зерна. До другого типу з відношенням 2,8-3,4 та скловидною консистенцією зерна. До третього типу з відношенням 2,3-2,7 та скловидною (підтип перший) та частковою скловидністю (підтип другий) консистенції зерна. До четвертого типу зараховується зерно із відношенням довжини зерна до ширини 2,2 та менше, скловидною (підтип перший) та частковою скловидністю (підтип другий) консистенції зерна [8].

Державний стандарт України. «Ячмінь. Технічні умови». ДСТУ 3769-98. Залежно від використання ячмінь поділяють на класи: до першого класу віднесено ячмінь, який використовується для продовольчих цілей, до другого класу належить ячмінь, який використовується для виробництва солоду в спиртовому виробництві і до третього класу - для кормових цілей. Ячмінь, що використовується для пивоваріння, поділяють на два класи - перший та другий. Регламентованими показниками є: вологість, натура, маса 1000 зерен, масова частина білку, сміттєві домішки, зернові домішки, здатність до пророщуваності, зараженість шкідниками [9].

«Кукурудза. Технічні умови». ДСТУ 4525: 2006. За кольором та формою зерен кукурудзу поділяють на дев'ять типів. Тип перший - зубовидна жовта. Тип другий - зубовидна біла. Тип третій - кремениста жовта. Тип четвертий - кремениста біла. Тип п'ятий - напівзубоподібна жовта. Тип шостий - напівзубоподібна біла. Тип сьомий - розлусна біла. Тип восьмий - розлусна жовта. Тип дев'ятий - неваліфікований. За якістю виокремлюють п'ять груп. Кукурудзу першої групи використовують на виготовлення харчових концентратів та продуктів харчування, другої групи - на виготовлення продуктів дитячого харчування, третьої на виготовлення круп і борошна, четвертої групи на виготовлення крохмалю та патоки. Кукурудзу п'ятої групи використовують на кормові цілі [10].

ГОСТ 28673-90: «Овес. Вимоги при заготівлях та постачаннях». За формою зерна та кольором квіткових плівок овес має два типи та два підтипи. За якістю визначають чотири класи: перший, другий, третій та четвертий.

Овес першого, другого та третього класу призначається для використання в продовольчих цілях. Овес четвертого класу - в кормових та для виготовлення комбікормів [11].

«Горох. Технічні умови». ДСТУ 4523: 2006. Горох за

призначенням, а також за кольором насіння ділиться на два типи: продовольчий та кормовий. Продовольчий горох - на два підтипи: перший та другий. За якістю визначають три класи: перший, другий та третій. Горох 1-го і 2-го класу використовують для перероблення на крупи, а горох 3-го класу - на кормові потреби [12].

«Соя. Технічні умови». ДСТУ 17109-88. Вимоги при заготівлях та постачаннях [13].

«Соняшник. Технічні умови». ДСТУ 4694: 2006. ГОСТ 22391 - 89 передбачає віднесення насіння соняшника по показнику кислотного числа, (мг КОН) до вищого, першого та другого класів [14].

«Ріпак. Технічні умови». ДСТУ ISO 10519:2008 [15].

Таким чином, класифікацію матеріальних потоків, які складаються із насіння зернових та олійних культур, можна провести: за типами та класами - пшениця, кукурудза, просо; за типами - мак, за класами - соняшник, жито, гречка; не класифікуються - соя.

На зберігальних підприємствах зерно, як правило, зберігається неперсоніфікованими партіями. Ця особливість ставить перед зберігальним підприємством задачу формування однорідних партій на основі попереднього визначення якості зерна в господарствах, аналізу перших автомобільних партій по кожному господарству, а також середньодобових проб за попередні дні надходження.

Основою співпраці, визначення переліку технологічних та логістичних операцій з предметом договору, виступають договір із надання послуг (або аутсорсингу), закони України «Про зерно та ринок зерна в Україні», «Про сертифікацію товарних складів та складське свідоцтво», та затверджені для галузі правила, інструкції та норми: «Правила організації ведення технологічних процесів», «Інструкція №9-7-88 по храненню зерна, маслосемян, муки и крупы», «Інструкція №9-5-82 по очистке и выделению мелкой фракции зерна, эксплуатации зерноочистительных машин на элеваторах и хлебоприёмных предприятиях», «Інструкція по сушінню продовольчого, кормового зерна, насіння олійних культур та експлуатації зерносушарок», Слід зазначити, що ведеться робота щодо розробки вітчизняних інструкцій, норм убутку, які у міру завершення розробки вводяться до використання.

Стандарти зернової продукції, зернових складів, інструкції та правила організації робіт ведення технологічних процесів виступають інформаційною базою функціонування макрологістичних систем виробництва та перерозподілу зернової продукції. Дають змогу виробникам зерна, вітчизняним та закордонним зернотрейдерам, логістичним провайдерам успішно співпрацювати в межах логістичних систем, створюючи умови виникнення синергетичного ефекту, що дає змогу отримати додатковий прибуток усім без винятку учасникам названих систем.

Список літератури

1. Про стандартизацію [Текст] : закон України (від 17 травня 2001 року № 2408-III) // Відомості Верховної Ради України. - 2001. - №31.
2. Дібров, А. С. Основи розміщення продуктивних сил України [Текст] / А. С. Дібров. - Одеса: Товариство знання та вміння: Друк, 2000. - 188
3. Казаков, Е. Д. Зерноведение с основами растениеводства [Текст] / Е. Д. Казаков. - 3-е изд. доп. и перераб. - М.: Колос, 1983. - 352с.
4. Пшениця [Текст] : національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 3768:2004. Київ. Держспоживстандарт.України. 2007.
5. Жито [Текст] : Національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 4522:2006. Київ. Держспоживстандарт.України. 2007.
6. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.agrobirga.cz.ua>. - Просо. Загол. з екрану.

-
7. *Гречка [Текст] : національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 4524:2006. Київ Держспоживстандарт.України. 2007.*
 8. *Рис. Требования при заготовках и поставках [Текст] : Гост 6293-90.*
 9. *Ячмінь [Текст] : національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 3769-98. Київ. Держспоживстандарт.України. 2007.*
 10. *Кукурудза [Текст] : національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 4525-2006. Київ. Держспоживстандарт.України. 2007.*
 11. *Сайт Агроперспектива [Електрон, ресурс]. – Спосіб доступу: URL: <http://www.agroperspektiva.com/ru/info/gosty/6/7/> – Овес. Загол. з екрану.*
 12. *Горох [Текст] : національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 4523-2006. Київ. Держспоживстандарт.України. 2007.*
 13. *Соя. Требования при заготовках и поставках [Текст] : ГОСТ 17109 –88. Межгосударственный стандарт. Издание с изменением № 1, утвержденным в 1.09. 1995, (ИУС 11-95).*
 14. *Соняшник [Текст] : Національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ 4694-2006. Київ. Держспоживстандарт.України. 2007.*
 15. *Ріпак [Текст] : Національний стандарт України. Технічні умови. ДСТУ ISO 10519:2008. Київ. Держспоживстандарт.України.*

РЕЗЮМЕ

Савенко Игорь

Стандартизация зерновой продукции - основа функционирования макрологистической системы производства и перераспределения зерна в Украине

В статье рассмотрена стандартизация зерновой продукции как основа функционирования макрологистической системы хранения и перераспределения зерна.

RESUME

Savenko Igor

Standardization of grain production - the basis of functioning of makrologistycs system of production and redistribution of grain in Ukraine

The paper deals with the standardization of grain products as the basis of functioning of makrologistic storage and redistribution of grain.

Стаття надійшла до редакції 30.01.2013 р.

РИНОК БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Досліджено основні тенденції розвитку бізнес-аналітики. Розглянуто альтернативні підходи до реалізації BI-проектів. Проаналізовано проблемні аспекти впровадження BI-систем у підприємницькій діяльності.

Ключові слова: бізнес-аналітика, вендори, BI-системи, BI-проекти, аналітичні проекти, BI-інструменти, BI-сервіси.

Засоби бізнес-аналітики за останні роки перетворилися для більшості організацій на незамінний інструмент управління. Можливості аналітичних інструментів вже давно не ставляться під сумнів топ-менеджерами та керівниками компаній.

Ще декілька років тому бізнес-аналітика вважалась прерогативою аналітиків та керівників вищої ланки. Однак сьогодні популяризація та підвищення доступу до BI-інструментів спричинили те, що коло їх користувачів стає значно ширшим. До більшості організацій поступово приходить розуміння того, що доступ до своєчасної та актуальної інформації необхідний усім співробітникам, відповідальним за прийняття рішень.

Метою статті є аналіз стану ринку бізнес-аналітики, світові тенденції розвитку і визначення перспектив цього напрямку.

Тенденції розвитку ринку бізнес-аналітики наступні: упровадження BI-рішень, що забезпечують більш ефективну роботу користувачів з даними у вигляді інформаційно-аналітичних порталів;

BI-інструменти ставатимуть щоразу доступнішими для споживачів;

- за рахунок підвищення зручності використання BI для великої кількості користувачів, у компаніях зростатиме попит на мобільні BI-додатки;
- при виборі BI компанії будуть керуватися не лише досконалістю самої технології, а й якістю вирішення відповідних бізнес-завдань;
- ринок BI-платформ буде залишатися одним з найбільш швидкозростаючих ринків ПО, незважаючи на коливання в економіці та незначне економічне зростання.

Девід Стоддер (DavidStodder), керівник досліджень у сфері бізнес-аналітики, визначив три основні тенденції, що заслуговують особливої уваги:

- обчислення змінять «ландшафт» для бізнес-аналітики;
- візуалізація даних набуватиме більшого значення;
- інтеграція даних покращиться за рахунок освіченості користувачів щодо джерел даних[2].

Інструменти бізнес-аналітики поступово стають простішими, а процес пошуку інформації - більш інтуїтивно зрозумілим та ефективним. Користувачі, потреба яких у інформації зростає, будуть диктувати вендорам вимоги до «мобілізації» систем бізнес-аналізу, а також використання інноваційних засобів, таких, як обробка даних в оперативній пам'яті і застосування методу асоціативного аналізу.

Якщо торкнутися трендів розвитку ринку BI-

інструментів, аналітики спостерігають прагнення до створення більш простіших і зручних інтерфейсів, легку інтеграцію з іншими додатками. Зростатиме попит на інтерактивні та мобільні системи бізнес-аналізу. Зросте частка аналітичних додатків, що використовуються як послуга (Software as a Service, SaaS). Подібний підхід - дуже простий, ефективний і малоризикований шлях до втілення стратегії бізнес-аналізу (особливо для невеликих і середніх компаній).

Високі вимоги до ефективності систем бізнес-аналізу з боку компаній стимулювали появу на ринку нового покоління інтелектуальних систем BI. Якщо класичні BI-додатки аналізують діяльність компанії тільки постфактум на основі наявних даних, то інтелектуальні рішення дозволяють виявити тенденції і побудувати прогноз розвитку подій або провести багатофакторний аналіз і змодельовати різні ситуації, наприклад, який ефект принесе маркетинговий захід або впровадження нової технології. Багато в чому це сприяє розвитку послуг зі створення так званих ситуаційних центрів, у яких BI-системи прогнозування і моделювання стають одним з головних компонентів.

Кількість інформації, яку генерують корпоративні інформаційні системи, збільшуватиметься. Ці дані разом із неструктурованими даними різних джерел, а також даними з «хмарних» додатків, соціальних мереж і різних пристроїв повинні бути зроблені доступними для аналізу і прийняття рішень. BI-платформи і BI-додатки стануть ключовою ланкою стратегії і будуть активно застосовуватися для аналізу зростаючої кількості даних від різних пристроїв з тим, щоб визначити ключові можливості і ризики для бізнесу та оптимізувати процес прийняття рішень.

Традиційний підхід до реалізації BI-проекту передбачає купівлю програмного продукту у його розробника і подальше залучення системного інтегратора для впровадження придбаного рішення. Однак зростання користувацьких ініціатив у сфері ПЗ, розширення використання зовнішніх джерел інформації і наявність неструктурованого контенту робить подібний підхід все більш ризикованим і потенційно неконкурентоспроможним. Сьогодні покупці можуть оцінювати рішення - наприклад ефективність маркетингових кампаній у сфері фінансових послуг - як цілісні пакети і вибирати основного постачальника для надання цієї послуги.

Gartner рекомендує організаціям заохочувати участь бізнес-користувачів в ухваленні рішення про покупку, у виборі між придбанням тільки ПЗ або пакета, що містить послуги та ПЗ. Крім того, необхідно

розширювати критерії оцінки пропонованих рішень, вносячи до цих критеріїв сервіс інтеграторів і оцінюючи їх на основі галузевої експертизи та кращих практик - на додаток до архітектури і функціональності. Також слід ураховувати, як нове рішення вписується в поточну модель IT-інвестицій.

Ринок BI-платформ буде залишатися одним з найбільш швидкозростаючих сегментів ринку програмного забезпечення загалом, на період до 2016 р. аналітики компанії передбачають його щорічне зростання на рівні 7% [8]. Хоча ринок BI є достатньо зрілим, а системи цього типу залишалися найбільш затребуваними впродовж останніх двох-трьох років, однак попит компаній на них ще не до кінця задоволений. Є безліч предметних областей, таких, як управління персоналом, маркетинг, соціальна сфера, де адаптація BI та аналітичних інструментів знаходиться на ранній стадії впровадження. Наочна аналітика вже сьогодні ефективно застосовується здебільшого великими організаціями, для таких традиційних сфер, як фінанси та продаж. Що ж стосується середніх підприємств, то багато хто з них взагалі не приступили до серйозної роботи з бізнес-аналітикою.

Однак, каталізатором інтересу до BI з боку замовників може стати помітний тренд на використання моделі Data-as-a-Service, яка може

спростити зберігання і використання великих обсягів даних для широкого кола компаній, у тому числі середніх і малих. Сьогодні однією з головних перешкод для клієнтів на шляху широкого застосування BI є досить високий ціновий поріг входження, висока вартість продуктів з мінімальними параметрами (як за обсягом одержуваного функціоналу, так і за кількістю клієнтських ліцензій). Поява спеціалізованих BI-сервісів і моделі підписки на них дозволяє компаніям почати більш активну роботу з бізнес-аналітикою при істотному зниженні початкових витрат, а потім підвищувати свої інвестиції у цей напрямок із отриманням реального ефекту. У короткостроковій перспективі ринок може опинитися під незначним негативним впливом макроекономічних процесів, а також уповільнення циклів продажів у межах багатомільйонних BI контрактів. Порівняно зі зростанням ринку на 16% у 2011 році, темп збільшення цього ринку в наступні кілька років після 2013 року буде більш повільним.

У минулому році світовий ринок бізнес-аналітики досягнув позначки 12,9 млрд дол. У нинішньому році прогнозується його збільшення на 7% (до 13,8 млрд дол.), а в 2016 р. його обсяг повинен вирости до 17,1 млрд дол. (рис.1).

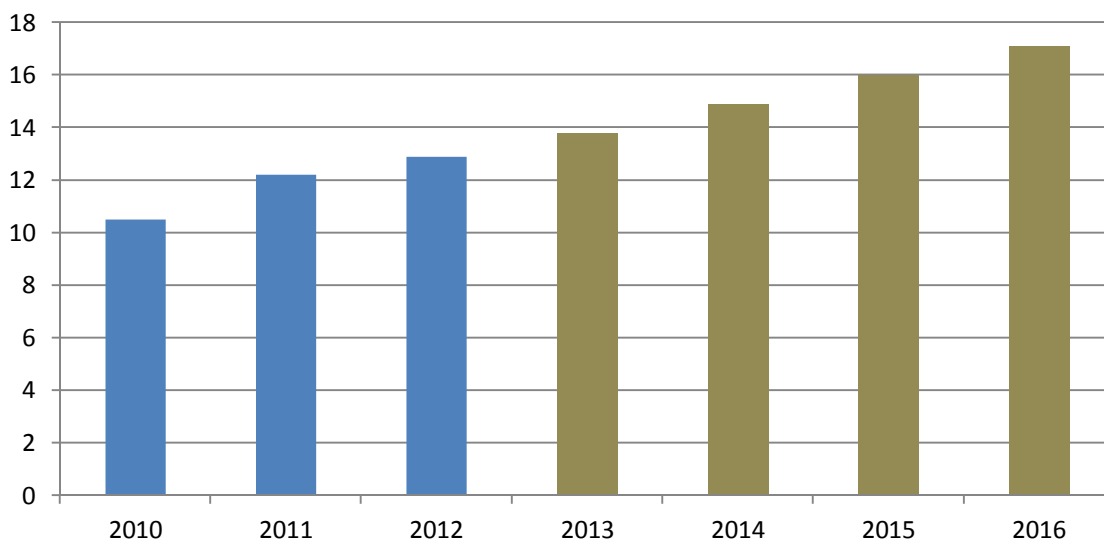


Рис. 1. Дохід від реалізації BI-продуктів, млрд. грн.

Отже, на ринку бізнес-аналітики реалізовано безліч базових аналітичних проектів, таку практику використовував здебільшого великий бізнес і такі галузі, як фінанси та продаж, однак настає час для впровадження предикативного аналізу та інших, більш новітніх, BI-можливостей. Крім того, середній бізнес і

компанії на деяких вертикальних ринках тільки починають розглядати можливість використання систем бізнес-аналізу даних і аналітичних інструментів, тому BI залишатиметься одним з найбільш швидкозростаючих ринків програмного забезпечення.

Список літератури

1. Евельсон Б. Що означають тенденції бізнес аналітики в 2013 році? / Борис Евельсон – 2012 р.
2. Стоддер Д. Становление трёх инновационных технологий в сфере бизнес-аналитики / Дэвид Стоддер. – 2012 р
3. Международное исследование рынка бизнес-аналитики. (BizTechReportsInternational).
4. Орешков В. И. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям / В. И. Орешков, Н. Б. Паклин. – 1 издание, П.: ПИТЕР, 2009. – 624 с.
5. Орешков В. И. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям / В. И. Орешков, Н. Б. Паклин. – 2 издание, П.: ПИТЕР, 2013. – 704 с.
6. Business Intelligence and Analytics Survey) июнь 2012 г.
7. BI: ForresterTrends 2011
8. Gartner Says Worldwide Business Intelligence Software Revenue to Grow 7 Percent in 2013.
9. Magic Quadrant for Business Intelligence and Analytics Platforms, 2013.
10. The Forrester Wave: Open Source Business Intelligence (BI), Q3 2010.

РЕЗЮМЕ

Штефан Богдан

Рынок бизнес-аналитики: тенденции и перспективы развития

Исследованы основные тенденции развития бизнес-аналитики. Рассмотрены альтернативные подходы к реализации BI-проектов. Проанализированы проблемные аспекты внедрения BI-систем в предпринимательской деятельности.

RESUME

Shtefan Bogdan

Business intelligence market: trends and prospects

The main trends in business intelligence are investigated. Alternative approaches to implementing BI-projects are explored. The problematic aspects of the implementation of BI-systems in the business are analyzed.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2013 р.

Наукове періодичне видання

ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ

Збірник наукових праць

*Випуск 12
Частина 4
2013 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: mail.econa@gmail.com

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
КВ № 19228-9028ПР від 13 липня 2012 р.

Підписано до друку 20.04.2013 р. Формат 60x90/8.
Папір офсетний. Гарнітура Cambria і Times. Друк офсетний. Зам. № Р 006-01-13
Умовно-друк. арк. 38,0. Обл.-вид. арк. 30,07.
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.