

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
Навчально-науковий інститут економіки та права
Кафедра менеджменту
Всеукраїнська спілка вчених-економістів

**ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ**

Збірник тез доповідей
Всеукраїнської науково-практичної конференції

17 лютого 2012 р.

УДК 330(447)
ББК 65.9 (4укр)
П 27

*Рекомендовано Вченою радою Навчально-наукового інституту економіки і права
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького
(протокол № 3 від 30 листопада 2011 року)*

Рецензенти:

Бужин О.А., д.е.н., професор, Кременчуцький університет економіки, інформаційних технологій і управління
Денисенко М.П., д.е.н., професор, Київський національний університет технологій і дизайну

ISBN 978-966-493-495-1

П 27

Перспективи управлінської діяльності суб'єктів господарювання: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково – практичної конференції, Черкаси, 17 лютого 2012 р. –Черкаси: Вид-во ТОВ «МАКЛАУТ», 2012. – 296 с.

Матеріали конференції висвітлюють актуальні проблеми економічної науки у сфері економіки та менеджменту. Збірник рекомендується для студентів, аспірантів, викладачів, науковців, а також фахівців-практиків, які цікавляться питаннями перспектив управлінської діяльності суб'єктів господарювання.

УДК 330(447)
ББК 65.9 (4укр)

Редакційна колегія вважає за доцільне повідомити, що не всі положення і висновки окремих авторів є беззаперечними. Разом з тим, вважає можливим їх публікацію з метою обговорення.

ISBN 978-966-493-495-1

© Кафедра менеджменту
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЗМІСТ

Секція 1. Управління фінансовою та інвестиційно-інноваційною діяльністю	7
<i>Багацька К.В.</i> Особливості визначення доданої вартості підприємства в сучасних умовах	7
<i>Бойко С.В., Петрова І.В.</i> Нормативно-правове забезпечення реалізації інвестиційної діяльності в Україні	9
<i>Васильцова С.О.</i> Аналіз проблеми відсутності замовника наукового продукту у високотехнологічних промислових корпораціях	12
<i>Гирник Л.В.</i> Створення міжнародного консорціуму як важлива передумова ефективності управління газотранспортною системою	15
<i>Гуменюк О.С.</i> Інноваційні фактори економічного зростання у інформаційній економіці	18
<i>Гулько В.І.</i> Забезпечення детінізації інтелектуальної діяльності	21
<i>Далевська Н.М.</i> Теоретичні основи формування моделі глобального управління інформаційним забезпеченням діяльності суб'єктів господарювання	24
<i>Денисенко М.П., Загіка О.С.</i> Ефективність розвитку інноваційної діяльності підприємств	26
<i>Дупляк О.М.</i> Вплив інвестицій на формування інноваційної стратегії розвитку	30
<i>Кривова О.І.</i> Проблеми фінансового стану та інвестиційно-інноваційного розвитку харчової промисловості України	33
<i>Кучеренко Р.А.</i> Забезпечення харчовою промисловістю продовольчої безпеки та її розвиток на інноваційних засадах	35
<i>Кучерук Т.Г.</i> Управління інвестиційно-інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання в контексті парадигмальної модифікації лідерської моделі системних перетворень	37
<i>Литвинюк О.В.</i> Управління банківською інвестиційною діяльністю в Україні	40
<i>Лужанська Т.Ю.</i> Управління санаторно-курортними закладами в умовах невизначеності	43
<i>Мархайчук М. М.</i> Ризики інвестиційної стратегії підприємства	46
<i>Овчаренко Л.В., Куценко М.О.</i> Удосконалення методів планування на підприємстві	48
<i>Олійник К.А.</i> Формування та розвиток системи кредитної кооперації на селі	51
<i>Полуянов В.П.</i> Сравнительный анализ уровня расходов домашних хозяйств на оплату услуг ЖКХ	53
<i>Полуянова Е.И.</i> Корреляционный анализ влияния объема инвестиций на показатели развития экономик	56
<i>Пустовіт Д.В., Пасека А.С.</i> Управління розвитком малого підприємства	59
<i>Сергієва О.С.</i> Методичні основи формування системи стратегічного управління грошовими потоками банків	62
<i>Смерічевська С.В., Ібрагімхалілова Т.В.</i> Методологічні основи формування кластерної політики регіону	64
<i>Сологуб М.П.</i> Визначення ефективності виробництва та фактори її зростання	67
<i>Терещенко С.В., Худолій Л.М.</i> Управління прибутком аграрного підприємства за допомогою процесного підходу	68
<i>Тименко С.В., Худолій Л.М.</i> Економічна сутність та склад оборотних активів аграрних підприємств	71
<i>Філяр С.В.</i> Організаційні аспекти створення системи контролінгу на підприємствах України	74

<i>Чернявський П.О.</i> Інвестиційна привабливість Черкаської області: концептуальні аспекти	76
<i>Чудаєва І.Б.</i> Організація менеджменту науково-технічної зони	78
<i>Юхименко Р.С., Куценко М.О.</i> Роль бізнес-планування в управлінні підприємством	80
Секція 2. Управління інформаційним забезпеченням діяльності	83
<i>Антипова Л.О.</i> Організація та дезорганізація діяльності підрозділів промислового підприємства	83
<i>Білоусова А.Ю.</i> Традиційний та динамічний підхід до оцінювання стану підприємства: порівняння	86
<i>Голованенко М.В.</i> Проблеми використання апарату моделювання в діяльності підприємств АПК України	89
<i>Головнюк О.О.</i> Впровадження системи управління якістю в органах місцевого самоврядування – шлях до підвищення якості надання послуг	92
<i>Ібрагімов Е.Е.</i> Системи організаційних знань та якості підприємства: рівні взаємодії	95
<i>Кім Н.Ю., Куценко М.О.</i> Роль, місце та методологія оперативного управління операційною системою підприємства	97
<i>Пугач В.В., Пасека С.Р.</i> Вдосконалення організації та функціонування системи управління підприємством	99
<i>Толкачєв Д.О.</i> Сравнительный обзор систем управления предприятием на рынке Украины	101
Секція 3. Управління обліковою та податковою політикою	104
<i>Андрусяк В.М.</i> Управлінський облік витрат промислових підприємств в системі звітності	104
<i>Андрусяк Н.О.</i> Основи формування системи управлінського обліку витрат підприємств	107
<i>Ковтуненко В.О.</i> Вплив податкової політики на формування середнього класу в Україні	110
<i>Мірошник В.В.</i> Економічні злочини проти майна в системі бухгалтерського обліку	113
Секція 4. Управління персоналом та маркетинговою діяльністю	116
<i>Артеменко С.О., Дроботова М.В.</i> Планування товарного асортименту	116
<i>Василевська І.С., Пасека С.Р.</i> Організаційна культура в умовах адаптації до ринку	119
<i>Гричанюк А.В., Мігус І.П.</i> Корпоративна соціальна відповідальність як важливий елемент корпоративного управління	122
<i>Должикова-Поліщук Л.В.</i> Шляхи удосконалення сфери туризму державного регулювання	125
<i>Дроботова М.В.</i> Промышленный туризм - перспектива развития украинских предприятий	127
<i>Думанська В.П.</i> Податковий кодекс: перспективи та наслідки для управління персоналом на вітчизняних підприємствах	130
<i>Звягінцева О.Б.</i> Моделювання формування оптимального комплексу маркетингу харчових підприємств українського Причорномор'я	133
<i>Зозуля О.Г., Мігус І.П.</i> Доцільність оцінки персоналу за методом «360 градусів»	136
<i>Кендюхов А.В.</i> Стереотипность экономического мышления как главное препятствие на пути повышения эффективности управленческих процессов: макроэкономический	139

аспект

<i>Кисельов П.С., Пасека А.С.</i> Особливості маркетингової діяльності сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах	141
<i>Коваленко І.А., Красномовець В.А.</i> Модернізація ролей HR-менеджера у світлі глобалізації світової економіки	144
<i>Ковтун М.В.</i> Особливості формування пропозиції на первинному ринку житла України	146
<i>Колісник В.В., Куценко М.О.</i> Шляхи вдосконалення системи мотивації персоналу підприємства	148
<i>Корчан Л.О., Дроботова М.В.</i> Методи розробки маркетингової стратегії	151
<i>Кочанова Д.Д., Красномовець В.А.</i> Шляхи оптимізації товарної політики вітчизняних підприємств	154
<i>Кривоніс А.О.</i> Зростаючий вплив дитячої аудиторії на вибір бренду	157
<i>Латишев К.О.</i> Структура конкурентоспроможності автомобільної продукції провідних компаній	159
<i>Железова О.М., Мігус І.П.</i> Напрямки реалізації маркетингового потенціалу ТОВ «Любава-грація» в контексті оптимізації товарної політики підприємства	162
<i>Міняйло О.В., Мігус І.П.</i> Удосконалення системи кадрової політики підприємства	165
<i>Павлова І.Р., Пасека А.С.</i> Ефективність використання персоналу в системі управління підприємством	168
<i>Пасека С.Р.</i> Проблеми оптимізації відносин у соціально-трудоу сфері	171
<i>Педченко І.О., Куценко М.О.</i> Заходи щодо удосконалення системи управління якістю продукції в СТОВ «Зоря-Маїс Насіння»	175
<i>Петрик Я.В.</i> Сучасні тенденції у сфері зайнятості Черкаського регіону	177
<i>Пугач Л.Л., Пасека С.Р.</i> Організаційна культура в системі управління підприємством	180
<i>Росоха М.Ю.</i> Теорія людського капіталу в системі освітнього менеджменту	182
<i>Рудь Ю.Л.</i> Нові тенденції в системі управління персоналом в умовах нестабільної економіки: грейдинг	184
<i>Седик І.О., Пасека С.Р.</i> Підвищення ефективності використання трудового потенціалу підприємства	187
<i>Соломка В.А., Куценко М.О.</i> Вдосконалення системи маркетингових заходів на підприємстві	190
<i>Удод М.М., Куценко М.О.</i> Підвищення продуктивності праці на підприємстві як фактор підвищення його конкурентоспроможності	191
<i>Файвішенко Д.С.</i> Механізм управління брендингом: основні властивості	195
<i>Хижняк О.О., Пасека С.Р.</i> Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу в системі функцій управління	197
<i>Ярова М., Красномовець В.А.</i> Маркетингові дослідження внутрішнього середовища малих підприємств як інструмент удосконалення їх організаційної культури	200
Секція 5. Управління економічною безпекою	203
<i>Андріяко Ю.В.</i> Формування стратегії захисту акціонерних товариств від недружного поглинання: методичні рекомендації	203
<i>Аргєєв С.О., Даник О.О., Мігус І.П.</i> Спільне та відмінне між конкурентною розвідкою та шпигунством	207
<i>Більовський О.А.</i> Житлова політика як чинник соціально-економічної безпеки держави	209
<i>Білоус Я.Ю.</i> Аналіз прихильності, лояльності та благонадійності персоналу як пріоритетних складових кадрової безпеки підприємства	212

<i>Буряк В.В., Мігус І.П.</i> Проблема охорони комерційної таємниці	214
<i>Вербицька Т.В., Мігус І.П.</i> Взаємовплив економічної безпеки та конкурентоспроможності підприємства в ринковій економіці	217
<i>Вітряк Т.Б.</i> Особливості формування продовольчої безпеки України	220
<i>Герасименко О.М.</i> Стандартизація ризик-менеджменту: виклик глобалізації	223
<i>Голубенко К.О.</i> Захист інформації в підприємницькій діяльності	227
<i>Голубятникова А.В., Мігус І.П.</i> Вплив державного регулювання на економічну безпеку підприємницької діяльності	229
<i>Гордієнко О.С.</i> Вплив економічної безпеки на роботу страхових компаній	232
<i>Дмитрук Б.П., Мельник О.</i> Роль і місце України у вирішенні світової продовольчої безпеки	235
<i>Зачосова Н.В.</i> Особливості управління економічною безпекою комерційних банків	237
<i>Калюжний В.В., Єрємін Н.В.</i> Попередня оцінка ймовірності успіху нової пропозиції на ринку інновацій	240
<i>Коваль О. П.</i> Шляхи балансування фінансового стану пенсійного фонду України після запровадження загальнообов'язкової накопичувальної пенсійної системи як чинник економічної безпеки	243
<i>Кононенко Ю.С.</i> Проблеми збереження комерційної таємниці підприємства	246
<i>Красномовець В.А.</i> Технологія забезпечення економічної безпеки логістичних комплексів	248
<i>Криленко В.І.</i> Структура економічної безпеки держави	250
<i>Люта Л.І.</i> Особливості забезпечення технологічної безпеки аграрної галузі України	253
<i>Мехеда Н.Г.</i> Механізми виявлення та запобігання загроз кадровій безпеці	256
<i>Мігус І.П.</i> Вплив інсайдерів на порушення економічної безпеки суб'єктів господарювання	258
<i>Міхно С.П.</i> Управління ризиками комерційного банку: концептуальний підхід	261
<i>Молдован О.О.</i> Посилення структурних дисбалансів чорної металургії в умовах економічної кризи як чинник погіршення економічної безпеки України	265
<i>Овчаренко Є.І., Прус Н.В.</i> Планування витрат у системі економічної безпеки підприємства	267
<i>Пасека А.С.</i> Стилі лідерства в системі забезпечення кадрової безпеки суб'єктів господарської діяльності	270
<i>Пащина Ю.П.</i> Основні функціональні складові системи економічної безпеки підприємства	274
<i>Святошенко Т.Ф.</i> Працівник як елемент системи економічного захисту в організації кадрової безпеки підприємства	277
<i>Таран О.О., Мігус І.П.</i> Вплив маркетингової стратегії підприємства на рівень його економічної безпеки	279
<i>Федоренко Р.В., Мігус І.П.</i> Організація системи управління економічною безпекою підприємства	281
<i>Черненко С.А.</i> Роль персоналу в забезпеченні захисту комерційної інформації	284
<i>Чернюк О.С.</i> Проблеми організації системи фінансової безпеки України	287
<i>Шемаєва Л.Г., Онофрійчук В.П.</i> Дослідження фінансової безпеки сектору державних фінансів України	290
<i>Юрків Н.Я.</i> Індикатори економічної безпеки реального сектора економіки	292

СЕКЦІЯ 1. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ ТА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

УДК 658.15

*Багацька К.В., к.е.н., доц., доцент кафедри фінансів
Національний університет харчових технологій*

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Запровадження і популяризація вартісно-орієнтованого підходу до управління підприємствами (VBM) на початку XXI сторіччя в світі і поширення його серед провідних українських компаній, зумовило повернення уваги вченої аудиторії до питань «вартість» та «додана вартість» та дослідження нових для української економічної науки показників, таких як «економічна додана вартість», «ринкова додана вартість», «грошова додана вартість», «додана вартість акціонерного капіталу» тощо.

Проблемними питаннями впровадження і поширення показників системи VBM менеджменту на Україні є відмінність їх сучасного трактування від термінології класичної політекономії, а також можливість адаптації цих показників до української системи обліку і звітності.

Найбільш популярним показником, який є предметом наукової дискусії останніх років, є економічна додана вартість (EVA), яка являє собою різницю між операційним прибутком після оподаткування та затратами на капітал, що був використаний для отримання цього прибутку.

Вагомою перевагою показника EVA як критерію ефективності діяльності підприємства є те, що вона враховує витрати на інвестований капітал на відміну від показників прибутку або чистого грошового потоку, і тим самим дозволяє зробити висновок про фактичні результати діяльності підприємства. Зазначимо, що поряд з багатьма недоліками економічної доданої вартості, на які її вказують дослідники EVA, головним його недоліком є неможливість повної адаптації економічної доданої вартості до української звітності. Адже для розрахунку EVA в зарубіжній літературі рекомендується вносити більше 150 коригувань в традиційну бухгалтерську звітність [4]. Головним чином ці коригування стосуються величин прибутку і інвестованого капіталу. Тому прийняття українськими компаніями управлінських рішень на основі EVA, розрахованої за «наближеними методиками» може призвести до значних похибок і прорахунків.

Крім показника економічної доданої вартості в системі VBM використовуються також показники ринкової доданої вартості (MVA), грошової доданої вартості (CVA), доданої вартості акціонерного капіталу (SVA) тощо. Отже, спільним для більшості показників VBM є застосування терміну «додана вартість», уточнення трактування якого для сучасних умов господарювання є нагальною потребою.

Зазначимо, що теорія К.Маркса українською мовою перекладається як «теорія додаткової вартості» [1], і являє собою різницю між тією вартістю, яку

жива праця створює у процесі виробництва, і тією, яку капіталіст оплачує робітнику в формі заробітної плати.

Аналіз підходів щодо визначення сутності доданої вартості призводить до висновку, що економічна сутність доданої вартості є подібною до сутності прибутку. Так, значна кількість авторів, що досліджують додану вартість, визначають її як різницю між вартістю продукції (послуг), створеної і реалізованої даним підприємством, і вартістю затрат на придбання й переробку сировини і матеріалів. Це та вартість, яка прирощена на даному підприємстві. “Додана вартість (вартість, додана обробкою) – вартість проданого продукту за вирахуванням вартості виробів (матеріалів), куплених і використаних для його виробництва; дорівнює виручці, що включає заробітну плату, орендну плату, ренту, банківський відсоток, прибуток, амортизацію...” [3].

Інший підхід до трактування сутності доданої вартості знаходимо у Економічному словнику: “Додана вартість – вартість, що створена в процесі виробництва на даному підприємстві і що відображає його реальний внесок в створення вартості конкретного продукту, що випускається” [1]. Аналогічний підхід застосовується у більшості підручників з економіки.

Тобто таке трактування доданої вартості призводить до висновку, що додана вартість – це вартість, яка додається до вартості придбаних запасів під час виробництва та реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і включає такі складові:

- витрати на оплату праці працівників з нарахуваннями;
- податки, які включаються до витрат;
- плата за користування капіталом (дивіденди, відсотки, орендна плата);
- операційний прибуток;
- амортизаційні відрахування;
- інші витрати (адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати, загальновиробничі витрати).

Таким чином, можна виокремити два підходи до визначення сутності доданої вартості, які впливають з аналізу поглядів на її економічну сутність:

- як різниця між ціною продукту і ціною матеріалів, з яких цей продукт виготовляється;
- як суму прибутку та фактично понесених витрат на виготовлення продукції (крім витрат на матеріали, з яких ця продукція виробляється).

Сучасна зарубіжна література трактує додану вартість (Value Added) як різницю між вартістю продукції, що випускає підприємство, та вартістю засобів виробництва.

Також зазначимо, що сучасна економічна наука має ще і ринковий підхід до визначення доданої вартості підприємства, (подібно до того, що поряд з доходними і витратними підходами до оцінки вартості підприємства існує ринковий підхід). Згідно з ринковим підходом, додана вартість підприємства являє собою приріст ринкової вартості підприємства, створений на основі ефективного використання підприємством коштів акціонерів [2].

Тобто можна зробити висновок, що у створенні доданої вартості підприємства беруть участь не тільки внутрішні чинники, а і зовнішні.

Найбільш ефективним вимірником впливу зовнішніх чинників на результати діяльності підприємства в ринковому середовищі, є фондовий ринок, який виражає цей вплив через зміну курсів корпоративних прав підприємства.

Тому показник доданої вартості підприємства має відображати як внутрішню, так і зовнішню складову, тобто додану вартість, генеровану всередині підприємства та додану вартість, створену під впливом зовнішніх факторів і виражену, наприклад, приростом курсу корпоративних прав підприємства. В зв'язку з цим, саме ринковий курс акцій підприємства в перерахунку на їх загальну кількість є вимірником зміни ринкової доданої вартості підприємства протягом певного періоду.

Загальна додана вартість підприємства являє собою суму внутрішньої і зовнішньої складових доданої вартості, так звану виробничу (операційну) складову, і ринкову складову.

Внутрішня складова доданої вартості має визначатися згідно зі вказаними підходами, причому якщо за основу брати розрахунок доданої вартості як суми прибутку, амортизації, заробітної плати та інших додаткових витрат, то для її визначення можна скористатися фінансовою звітністю підприємства.

Зовнішня складова доданої вартості може бути достовірно визначена лише підприємствами-учасниками фондового ринку, а також підприємствами, щодо яких укладались угоди про продаж або висувались пропозиції стосовно укладання угод реорганізації. Решті підприємств для оцінки доданої вартості та її модифікацій, що пропонуються інструментарієм VBM, варто використовувати методи економічного прогнозування і оцінювати прогнозовані величини майбутніх грошових потоків

Список використаних джерел:

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 864 с.
2. Нестеренко Ж.К., Афанасьєва Т.А. Удосконалення оцінки підприємств методами доданої вартості. [Текст] / Ж.К. Нестеренко, Т.А. Афанасьєва // Економічний простір. - 2010. – 37. – С. 223-234
3. Семенихина В.А. Экономическая теория: макроэкономика: Учеб. пособие / В.А. Семенихина, С.А. Крючков; Отв. ред. д-р экон. наук, профессор Р.М. Гусейнов; Новосиб. гос. архитектур.-строит. ун-т. - Новосибирск: НГАСУ, 2003. — 136 с.
4. Рассказов С.В., Рассказова А.Н. Стоимостные методы оценки эффективности менеджмента компании [Текст] / С.В. Рассказов, А.Н. Рассказова // Финансовый менеджмент. – 2002. - №3. – С.15-21

УДК 330.322

Бойко С.В., аспірант

Петрова І.В., к.е.н., доцент

Донецький державний університет управління

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Прийняття законів та інших нормативно-правових актів, що регулюють інвестиційну діяльність, є однією з найбільш важливих умов реалізації державного регулювання інвестиційної діяльності, вони висвітлюють загальні стратегії та напрямки розвитку національної економіки.

Інвестиційне законодавство - це сукупність прийнятих компетентними органами нормативно-правових актів різної юридичної сили, які регулюють

інвестиційні відносини щодо безпосереднього здійснення інвестування та його організації, управління цим процесом та контролю за порядком інвестування. Інвестиційне законодавство є підсистемою (підгалуззю) господарського законодавства (як комплексної галузі права). Риси інвестиційного законодавства наступні [1]:

розгалуженість і велика кількість нормативних актів, причини цього: об'єктивні - складність відносин у сфері інвестування, динамізм цих відносин та їх правового регулювання; суб'єктивні - недостатня увага до оптимізації інвестиційного законодавства з боку держави;

наявність у системі інвестиційного законодавства значної кількості нормативних актів обмеженої дії: відомчих (Національного банку України, Міністерства економіки України, Міністерство фінансів України та ін.), регіональних (правила забудови населених пунктів та ін.) і локальних (установчих документів суб'єктів інвестування та суб'єктів організаційно-господарських повноважень у сфері інвестування);

відсутність інвестиційного кодексу. Роль кодифікованого нормативного акта відіграє, прийнятий на початку запровадження ринкових відносин, Закон України від 18.09.1991 р. «Про інвестиційну діяльність»; Господарський кодекс України - за відсутності в ньому загальних положень щодо інвестування (за деякими винятками) - також виконує роль кодифікованого акта в системі інвестиційного законодавства - щодо окремих форм інвестування, визначаючи їх як окремі види або сфери господарської діяльності (капітальне будівництво - гл. 33, інноваційна діяльність - гл. 34; зовнішньоекономічна діяльність, в т.ч. іноземні інвестиції - гл. 38, спеціальні режими господарювання, включаючи спеціальні (вільні) економічні зони - гл. 39, концесії - гл. 40, інші види спеціальних режимів господарської діяльності - гл. 41 [2]).

Як підгалузь господарського права, інвестиційне право базується на господарському законодавстві. Спеціальне інвестиційне законодавство - це система нормативних актів, які регулюють інвестиційні відносини з урахуванням їх специфіки. [1].

Сучасна українська законодавча база налічує значну кількість нормативно-правових актів, які регулюють інвестиційний процес та були прийняті за роки незалежності України. В таб.1.6. показано їх кількість (відповідно бази даних Верховної Ради України «Законодавство України» станом на 20.07.2010 р. [3]).

Таблиця 1

Кількість нормативно-правових актів України, в яких використовуються слова «інвестиції», «інвестиційна діяльність», «інвестиційна політика»

Слова	Закони України	Укази Президента	Постанови Уряду
Інвестиції	67	33	354
Інвестиційна діяльність	16	3	83
Інвестиційна політика	5	70	34
Загалом	90	109	475

У відповідності до теорії права, розрізняють чотири блоки нормативно-правових актів за їх юридичною силою: норми Конституції України, закони України, законодавчі акти, підзаконні акти. В Конституції лише вказується що інвестиційні процеси повинні бути врегульовані Законами України. Також

Конституцією України покладено обов'язок на Кабінет Міністрів України щодо проведення державної інвестиційної політики.

Основні питання правового регулювання інвестиційного процесу висвітлено у законах України, указах Президента України, постановах КМУ, й, інших законодавчих актах та чинних міжнародних договорах, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України [3].

До основних законів України, які визначають та регламентують інвестиційну діяльність в Україні, належить Закон України «Про інвестиційну діяльність», в якому подане загальне визначення інвестицій та державного регулювання інвестиційної діяльності.

На активізацію інвестиційних процесів в Україні була спрямована «Концепція регулювання інвестиційної діяльності в умовах ринкової трансформації економіки», затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 1 червня 1995 р. №384, яка визначила основні напрямки державної інвестиційної політики з урахуванням реальної економічної ситуації, перспектив залучення інвестицій та їх використання. Згідно цієї Концепції, метою державної інвестиційної політики є створення конкурентного середовища, реалізація програм структурної перебудови економіки України, спрямування інвестицій у пріоритетні галузі та програми.

В основу державного регулювання інвестиційної діяльності було покладено такі принципи [4]:

- послідовна децентралізація інвестиційного процесу;

- збільшення частки внутрішніх (власних) коштів суб'єктів господарювання у фінансові інвестиційні проекти;

- перенесення центру ваги з безповоротного бюджетного фінансування у виробничій сфері на кредитування;

- виділення бюджетних коштів переважно для реалізації державних пріоритетів, програм (проектів), спрямованих на здійснення структурної перебудови економіки;

- фінансування об'єктів, будівництво яких починається за рахунок бюджетних коштів, як правило, на конкурсній основі;

- надання переваги раніш розпочатому будівництву, технічному переобладнанню та реконструкції діючих підприємств;

- здійснення відповідними державними організаціями контролю за цільовим використанням централізованих інвестицій;

- розширення змішаного фінансування інвестиційних проектів;

- удосконалення нормативної та правової бази з метою збільшення обсягів залучення інвестицій;

- запровадження системи страхування інвестицій.

Головні напрямки інвестиційної політики визначено в Указі Президента України від 18.08.1999 р. №1004/99 «Про основні напрямки інвестиційної діяльності», до них відносяться збільшення обсягів інвестицій і підвищення їх ефективності за рахунок розв'язання таких першочергових завдань: уточнення пріоритетних напрямів залучення інвестицій і підвищення їх ефективності,

використання державних інвестиційних ресурсів, надання державної підтримки суб'єктам господарювання та інше.

Результати аналізу правового регулювання інвестиційними процесами в Україні, дають підставу стверджувати, що в державі існує правове поле для здійснення інвестиційної діяльності, яке динамічно розвивається та удосконалюється, покладені чинники зародження та розвитку державної інвестиційної політики економічного зростання. Але на сучасному етапі є необхідним розроблення більш детальних програм інвестиційного розвитку держави та регіонів, є відсутнім один консолідований документ, який би чітко регулював правовідносини в даній галузі і мав би забезпечити сприятливий режим як національного, так і іноземного інвестування.

Отже, проаналізовано правове регулювання інвестиційними процесами в Україні, що дає підставу стверджувати про необхідність розроблення більш детальних програм інвестиційного розвитку держави та регіонів, так як є відсутнім один консолідований документ, який би чітко регулював правовідносини в даній галузі і мав би забезпечити сприятливий режим як національного, так і іноземного інвестування.

Список використаних джерел:

1. Новикова Л.Ф. *Нормативно-правове забезпечення інвестиційної діяльності в Україні* / Л.Ф. Новикова // [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2009_27/Stati/7PDF.pdf.
2. *Господарський кодекс України: станом на 19.01.2012* // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. *База даних Верховної Ради України „Законодавство України”*: станом на 19.01.2012 // [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>.
4. *Постанова Кабінету Міністрів України „Про концепцію регулювання інвестиційної діяльності в умовах ринкової трансформації економіки” від 01.06.1995*: станом на 15.02.2002. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/main/tf2002>.

УДК 330.341.1:338.58

Васильцова С.О., аспірант

Національний технічний університет «ХПІ»

АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ВІДСУТНОСТІ ЗАМОВНИКА НАУКОВОГО ПРОДУКТУ У ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОМИСЛОВИХ КОРПОРАЦІЯХ

Обернемося до проблем інноваційної діяльності – її недостатності у вітчизняному бізнес-середовищі та суспільно-економічних відносинах. Попри широке озвучення та загальне визнання необхідності інноваційного розвитку, неважко помітити критичну недостатність відповідної економічної активності.

Науковці та економісти-практики приділяють багато уваги проблемі занепаду інноваційної діяльності у державі. Проводиться аналітична робота щодо досяжних статистичних показників, розробляються та надаються рекомендації [1, 2, 3].

Досліджуючи продукцію вітчизняних компаній, порівнюючи її із закордонними продуктами, покликаними задовольняти ті самі потреби, можливо відмітити безнадійне відставання практично у всіх галузях, за виключенням, хіба що, харчової.

Якщо роздивитися статистику, що її надає Державна служба статистики України (таблиці 1 та 2), то виявляється, що інноваційна діяльність має місце.

Таблиця 1

Інноваційна активність у народному господарстві України

Рік	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	Загальна сума витрат	У тому числі за напрямками				
			дослідження й розробки	придбання технологій та зовнішніх знань	підготовка виробництва до впровадження інновацій	придбання машин обладнання та програмного забезпечення	інші витрати
			млн. грн.				
2003	15,1	3059,8	312,9	95,9	527,3	1873,7	250
2004	13,7	4534,6	445,3	143,5	808,5	2717,5	419,8
2005	11,9	5751,6	612,3	243,4	991,7	3149,6	754,6
2006	11,2	6160	992,9	159,5	954,7	3489,2	563,7
2007	14,2	10850,9	986,5	328,4	х	7471,1	2064,9
2008	13	11994,2	1243,6	421,8	х	7664,8	2664
2009	12,8	7949,9	846,7	115,9	х	4974,7	2012,6
2010	13,8	8045,5	996,4	141,6	х	5051,7	1855,8

Джерело: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html

Наукові відкриття продовжують відбуватися, патентуються винаходи, – наука, хоч і потерпає від нестачі коштів, проте на місці не стоїть. Є досяжними численні розробки закордонних науковців, кінець-кінцем, є можливим таке широко вживане явище, як бенчмаркінг. Та питання відсутності продуктів базисних інновацій в Україні залишається актуальним.

Таблиця 2

Впровадження інновацій на промислових підприємствах України

Рік	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації, %	Впроваджено нових технологічних процесів, од.	у т. ч. - маловідходні, ресурсозберігаючі	Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	з них – нові види техніки	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2000	14,8	1403	430	15323	631	х
2001	14,3	1421	469	19484	610	6,8
2002	14,6	1142	430	22847	520	7
2003	11,5	1482	606	7416	710	5,6
2004	10	1727	645	3978	769	5,8
2005	8,2	1808	690	3152	657	6,5
2006	10	1145	424	2408	786	6,7
2007	11,5	1419	634	2526	881	6,7
2008	10,8	1647	680	2446	758	5,9
2009	10,7	1893	753	2685	641	4,8
2010	11,5	2043	479	2408	663	3,8

Джерело: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html

Ступінь розвитку інноваційних технологій дослідники вимірюють через інноваційні параметри певних галузей та видів продукції, що мають міжнародну значущість. Необхідні дані містить статистика майже усіх держав світу, яка, крім випуску інноваційних продуктів та технологій, відбиває їх запитаність світовим ринком, а отже – визнання та значущість.

Для аналізу інноваційного профілю індустрій досліджують національний продукт, структурований за визнаною міжнародною спільнотою класифікацією, за показниками структури експорту тощо.

Аналізуючи дані, бачимо, що в Україні переважають продукти середньонизьких технологій. При цьому зауважимо, що:

- значну частку високотехнологічних продуктів становлять послуги та інформаційні технології, які не сприяють розвитку промисловості України;

- дані державної статистичної служби України не дають можливості провести доскональний аналіз за відповідними критеріями через надто спрощену типологізацію продуктів, що виробляються, маємо лише: "інноваційний" або "не інноваційний". Тож, для порівняння наведено дані, розраховані у дослідженні Федулової Л. І. за 2006, передкризовий, рік.

Порівнюючи наведені дані, слід зважати ще на одне: щодо статистичних даних по вітчизняній продукції існує не тільки проблема їх ідентифікації, а також проблема обчислення економічної ефективності від інновації. Тобто, що саме криється за цифрами, наведеними у звітності вітчизняних підприємств, точно знати не є можливим через непристосованість звітності до релевантного збору та відбиття інформації.

Щодо вітчизняних товарів, присутніх на внутрішньому ринку, можливо констатувати:

- вітчизняна високотехнологічна продукція поступається імпортним товарам, які мають потужну виробничу базу та, порівняно, значно нижчу собівартість;

- високотехнологічні корпорації не виявляють зацікавленості формуванням науково-виробничих структур, економічно стійких, здатних до розвитку власних ідей та наступного відтворювального циклу;

- для сучасної структури високотехнологічного комплексу України характерні слабка розвиненість або повна відсутність багатьох елементів;

- дисбаланс у торгівлі високотехнологічною продукцією проминув усіякі показники рівноваги, вийшов за межі керованості державою і відкинув вітчизняного виробника з внутрішнього ринку власної держави.

Як зазначено вище, економічний розвиток уповільнюється, коли технології застарівають. Саме такі процеси – процеси уповільнення індустріального розвитку, а відтак – і зміни структури економіки, відбулися в Україні за останні два десятиріччя. І схоже, що край процесу відкидання держави на периферію розвитку не настав.

Тобто, для нинішньої України, яка перебуває у стані, коли промислове виробництво значною мірою згорнуто, а те, що залишилося, набуло вузької односторонньої спрямованості, інноваційний розвиток не є запитаним передусім через: відсутність крупного виробника, замовника інновацій, як такого.

Генріх фон Пірер, президент гігантської корпорації "Siemens", коментуючи інноваційний обіг корпорації, як чинник її конкурентної здатності, висловився наступним чином: "Інновації, вони, мов каток-асфальтувальник – або ви на ньому, або ви є частиною дороги" [4]. Тож, щоб підняти державу з під-катка,

суб'єкти інноваційної діяльності мусять об'єднатися і, розробивши умови співпраці, звернутися до науки.

Інноваційна активність як державна ідеологія – для керівників держави, інновація – як гарантія зростання та безпеки бізнесу – для підприємців, втілення наукової ідеї – як сенс існування наукових інституцій та науковців, таким має стати бачення подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бажал Ю. М. Інноваційно-технологічна динаміка українського експорту та антикризові перспективи : матеріал до парламентських слухань / Бажал Ю. М. / [електронний ресурс].
2. Федулова Л. И. Состояние и перспективы инновационно-технологического взаимодействия России и Украины : потенциал Украины / Федулова Л. И. // Проблемы прогнозирования. – 2009. – № 4.
3. Евлакова И. А. Институциональная политика как важнейший элемент трансформации внешнеэкономической деятельности / Евлакова И. А. // Экономика и управление. – 2006. – № 2-3. – С. 50.
4. Heroes of the Revolution // Innovation & Technology Transfer. – Luxembourg : The European Commission, Innovation Directorate, 2002. – № 2

УДК 338.45:662.767:658.114.5(4)(477)(470+571)

Гирник Л. В., аспірантка

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

СТВОРЕННЯ МІЖНАРОДНОГО КОНСОРЦІУМУ ЯК ВАЖЛИВА ПЕРЕДУМОВА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ГАЗОТРАНСПОРТНОЮ СИСТЕМОЮ

За період багатомісячних переговорів України та Росії, всі ініціативи Кабінету Міністрів про розрив або хоча б про зміну міждержавних угод і договорів між господарюючими суб'єктами – «Газпромом» і «Нафтогазом» - так і не увінчались успіхом. Навіть з урахуванням знижки в 100 доларів в обмін на 25 років додаткового перебування Чорноморського флоту Російської Федерації в Севастополі, Україна змушена платити за газ за більш високими цінами, ніж європейські клієнти «Газпрому».

Необхідність прийняття бюджету на 2012 рік і відсутність позитивних результатів перемовин змусили Верховну Раду погодитися із запропонованою Кабінетом Міністрів ціною на газ, розрахованою за діючим контрактом – 416 дол. за 1000 м³. Переглянути її Росія готова лише отримавши доступ до української ГТС.

В процесі перемовин про зниження ціни на газ Росія вимагає певної компенсації, при цьому кожний раз все більшої. Спочатку вона готова була знизити ціну на газ отримавши доступ до вітчизняної ГТС (50%–ву долю в майбутньому газотранспортному консорціумі). Тепер, щоб отримати знижку на газ, Україні пропонують приєднатися до Євразійської економічної співдружності (ЄвразЕС), денонсувати своє членство в Європейському економічному співтоваристві (ЄЕС) і договір про енергетичну хартію Європи. Але виконання цих умов абсолютно неприйнятні для України.

Вступ до євразійського об'єднання може стати першим кроком до інтеграції в невигідний вітчизняній економіці Митний союз і суттєво ускладнити наше перебування в СОТ. Відмова від членства в ЄЕС ставить під сумнів угоду про асоціацію і енергетичну безпеку країни, сприяє підвищенню

конкуренції на європейському газовому ринку, встановлює для поставщиків газу ряд обмежень. В тому числі забороняє їм володіти мережею. Відмовившись від цієї угоди, Україна зніме одну із головних перешкод – намагання Росією заволодіти українською газовою трубою.

Щоб убезпечити себе від повторення «білоруського сценарію» Україна шукає допомоги в Євросоюзі, запропонувавши йому участь у консорціумі. Але для того, щоб Європейський Союз погодився з цією пропозицією, українська влада змушена буде рахуватися з його умовами.

Ціна на газ для України на 2012 рік розраховувалась за формулою, закладеною в діючих контрактах. Прем'єр-міністр М. Азаров намагається демонструвати оптимістичні перспективи. На його думку навіть ціна в 2010 р. 440 дол. не стала перешкодою для розвитку українських підприємств. Не бачить ніякої трагедії в цій ситуації і віце-прем'єр А. Ключев [1]. Але ціна, за якою змушена буде платити Україна за газ, може виявитися для вітчизняної економіки не підйомною.

За прогнозами головного економіста Dragon Capital О. Белан при існуючому газовому контракті дефіцит поточного рахунку в 2012 р. становитиме 11 млрд. дол., або 5,8% ВВП. Якщо ситуація на зовнішніх боргових і товарних ринках в другій половині року покращиться, тоді можна розраховувати на надходження капіталу, який частково перекриє дефіцит поточного рахунку. Але, на її думку, сальдо платіжного балансу буде негативним і становитиме біля 6 млрд. дол. [2].

В цій ситуації затягування часу перемовин сприяє росіянам: вони зайняли позицію вичікування, поки Україна не зможе розраховуватися за газ, що поставляється і буде готова виконати будь-які умови заради спасіння країни від колапсу. Такий сценарій росіяни реалізують в Білорусії, яка вже повністю втратила контроль над власною ГТС за 20%–ву знижку на газ, так як не в змозі платити за нього ціну, встановлену «Газпромом». Політика, яку проводить українська влада може привести Україну до аналогічної ситуації. Щоб розмовляти з Росією на рівних, Україні необхідно шукати союзників. І таким союзником може стати Європейський Союз.

Європейці теж зацікавлені в стабільних газових взаємовідносинах України і Росії. На сьогоднішній день українська ГТС залишається найважливішим напрямком поставки газу європейським споживачам. Українська газотранспортна система може пропускати більше 100 млрд. м³ газу на рік. Тоді як пропускна потужність введеного недавно в експлуатацію альтернативного українському газопроводу «Північний потік» лише 27,5 млрд. м³.

Не менш важливо для ЄС є виконання Україною зобов'язань в рамках Європейської енергетичної хартії, яка передбачає диверсифікацію доступу до транзитних потужностей. 7 вересня 2011 р. було обнародовано повідомлення Європейської комісії відносно безпечності енергопостачання, де вказано, що енергетичний ринок ЄС залежить від вільних і транспарентних енергетичних сусідніх держав, при відсутності яких Євросоюз стає уразливим до політичної і цінової нестабільності [3]. В зв'язку з цим Європейська Комісія висловила готовність надавати конкретну допомогу в реформуванні енергетичних ринків

держав-сусідів ЄС. А розподіл різних напрямків газового бізнесу в Україні (заборона одній компанії займатися одночасно видобутком, транзитом і дистрибуцією газу прописана в директивах ЄС) не дозволить «Газпрому» монополізувати ці напрямки.

Україна пропонує Євросоюзу співпрацю в рамках створення консорціуму по спільному управлінню газотранспортною системою, крім модернізації трубопроводу (потреба ГТС в інвестиціях в сумі 3,2 млрд. дол. [4]). Це об'єднання урівноважило б баланс сил між всіма трьома сторонами газових відносин в Європі: поставщиком, транзитером і споживачем газу. Інтереси України, Росії і Євросоюзу органічно співпадають. Для України консорціум може стати гарантією по заповненню газопроводів російським транзитним газом, а для росіян – гарантією збуту по надійним каналам.

На відміну від балтійських країн (Латвії, Литви і Естонії), де трьохсторонні консорціуми по управлінню ГТС створенні і функціонують ефективно (ЄС виступає лише в ролі спостерігача, так як «Газпром» вирішує всі питання безпосередньо з кожною країною). Україна в запропонованій моделі може мати цілком реальний вплив на ситуацію, так як залишається ключовим транзитером газу до Європи.

На трьохсторонні умови створення консорціуму може погодитись і Росія, так як таке об'єднання – єдина на сьогодні можливість для «Газпрому» впливати на стабільність транзиту свого газу до Європи, а в майбутньому отримати доступ до українського внутрішнього ринку.

Але створення газотранспортного консорціуму в найближчі місяці неможливо з ряду об'єктивних причин. Щоб ця угода стала реальністю, необхідно буде внести серйозні зміни в законодавство України.

Поки консорціум не запрацює, поки російський «Газпром» не стане співвласником проекту і не ввійде в систему управління ним ніяких знижок в ціні на газ не слід очікувати.

Ставши основним гравцем газового консорціуму Україна могла б отримати деякі переваги:

1) Розподіл напрямків українського газового бізнесу не дозволить «Газпрому» монополізувати важливий для України енергетичний сектор ключового розвитку економіки і надзвичайно чутливий сегмент соціальної сфери.

2) У випадку виникнення певних спірних питань чи проблем між поставщиками і споживачами, балансуючи між їх інтересами, можна зменшити тиск однієї із сторін і компенсувати позицію іншої сторони.

3) Замість одного джерела фінансування процесу модернізації ГТС в інвестиціях в сумі 3,2 млрд. дол. Україна цілком могла б розраховувати на грошові потоки Росії, ЄС і, власне – України.

4) Подальші українсько-російські перемовини з участю третьої зацікавленої сторони – ЄС будуть однією із ключових тем для обговорення, що дозволить вдосконалити систему управління газотранспортним консорціум в інтересах усіх зацікавлених торін.

Список використаних джерел:

1. Редько А. В Європу за дешевим газом / А. Редько // Делова столица. – 2011. - № 51 – 52. – С. 6.
2. Письменна Т. Уряд організував кредитне рабство : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://news.finance.ua/ua/~2/0/all/2011/12/21/263335/printable>
3. Алімов М. Як їм облаштували монополію / М. Алімов // Дзеркало тижня. Україна. – 2011. - № 45.
4. Найняті «Нафтогазом» британські аудиторі оцінили модернізацію української ГТС у 3,2 млрд. дол. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://news.dt.ua/ECONOMICS/naynyati_naftogazom_britanski_auditori_otinili_modernizatsiyu_ukrayinskoyi_gts_u_3,2_mlrd-88724.html

УДК 658.010

О.С. Гуменюк, аспірант

Чернігівського державного інституту економіки і управління

ІННОВАЦІЙНІ ФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ У ІНФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Одним з головних пріоритетів України є прагнення побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на інноваційний розвиток інформаційне суспільство, в якому кожен міг би створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, щоб надати можливість кожній людині повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи суспільному і особистому розвитку та підвищуючи якість життя. Інноваційна діяльність є найважливішим джерелом розвитку, що дозволяє підвищувати конкурентоспроможність економіки, а кількість інновацій у свою чергу є індикатором ділової активності, який визначає перспективні сектори, що швидко розвиваються за умови сприятливого інноваційного та інвестиційного клімату.

Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на соціально-економічний розвиток, що відбувся протягом останніх 20-30 років. Нові технології докорінно і швидко змінили структуру світової економіки. Виявилось, що неспроможність країни здійснити структурну перебудову економіки відповідно до нового технологічного укладу (чи зволікання з цим) не просто гальмує її розвиток, але й призводить до економічної деградації і відсуває її на периферію світових економічних процесів.

Теоретичні основи дослідження проблеми інноваційного розвитку економічних систем були закладені такими відомими вченими, як Й. Шумпетер, П. Друкер, К. Найт, Х. Берет, В. Томпсон, Б. Твіст, Б. Санто. Зростання зацікавленості вітчизняних вчених і фахівців до питань Інноваційного розвитку та формування національної парадигми інноваційного розвитку можна простежити за працями таких вчених, як В.П. Александрова, О.М. Алімов, О.І. Амоша, Г.О. Андрощук, Н.В. Афанасьєв, Ю.М. Бажал, І.О. Галиця, В.М. Геєць, А.В. Гриньов, І.Б. Жилияєв, С.М. Ілляшенко, О.В. Князь, О.В. Козирева, О.Є. Лапко, В.С. Пономаренко, О.М. Тридід, В.Д. Рогожин, В.І. Сергієнко, Д.В. Солбха, В.І. Торкатюк, Р.Б. Тян, Л.І. Федулова, Н.І. Чухрай, В.С. Яцков та ін.

У сучасному світі, що характеризується переходом до постіндустріального та інформаційного суспільства, зростає виробництво, розподіл, обмін і споживання інформації, що викликає потребу в розробці ефективних механізмів з її залучення і використання на мікрорівні. В умовах глобалізації та інтеграції економіки господарюючі суб'єкти стикаються з потребою в отриманні знань про зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Це приводить до підвищення вимог до інформації. Загальносвітові тенденції економічного розвитку привели до необхідності істотно змінити інформаційні відносини в суспільстві. Інформація з допоміжного і другорядного чинника суспільного виробництва перетворюється на чинник, що вирішальним чином впливає на економіку, обороноздатність і політику. Внаслідок цього актуальності набуває проблема формування механізму раціонального використання інформаційних ресурсів. Здійснюваний в світі перехід до інформаційного суспільства, заснованого на виробництві, розподілі і споживанні інформації, модифікує основи суспільних відносин і викликає необхідність у теоретичному обґрунтуванні процесів, що відбуваються, з використанням існуючого арсеналу економічної теорії.

Інноваційна спрямованість стає сьогодні невід'ємною характеристикою сучасної економіки та головною умовою становлення ефективної моделі економічного зростання. До пріоритетних завдань розвитку підприємств відносять забезпечення стійкого економічного зростання, підвищення обсягу інвестицій для цілей розвитку, формування ефективної інфраструктури господарювання, зростання інноваційного потенціалу, підвищення ефективності управління рівнем ділової активності. Невідкладність переходу економіки України на інноваційний шлях розвитку вимагає активізації інноваційної діяльності суб'єктів господарювання.

За дослідженнями вчених, основні фактори, які перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності, розподілені таким чином: нестача власних коштів (80,1% обстежених підприємств); великі витрати на нововведення (55,5%); недостатня фінансова підтримка держави (53,7%); високий економічний ризик (41%); недосконалість законодавчої бази (40,4%); тривалий термін окупності нововведень (38,7%); відсутність коштів у замовників (33,3%); відсутність кваліфікованого персоналу (20%); відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями (19,7%); нестача інформації про ринки збуту (17,4%); нестача інформації про нові технології (17,3%); відсутність попиту на продукцію (16%) [2]. Все це, за словами парламентаріїв, є наслідком відсутності стратегії переведення економіки України на інноваційний шлях розвитку, формування національної інноваційної системи, яка забезпечувала б його реалізацію, неналежного використання методів планування на всіх рівнях управління (системного аналізу, прогнозування, оптимізації, програмно-цільових методів управління тощо), недостатнього рівня інноваційної культури працівників органів державної влади [2].

Традиційна парадигма відтворювального процесу тривалий час ґрунтувалася на трактуванні виробництва як провідної стадії, що включає

матеріальне виробництво і виробничу інфраструктуру. Це ж трактування було закладене і у формування і вимірювання такого макроекономічного показника, як сукупний суспільний продукт. Трактування, вживане в зарубіжній економічній теорії, сформувалося під впливом постіндустріальних трансформацій, розширює уявлення про виробництво і вводить для його позначення поняття економічного виробництва, яке включає не тільки матеріальне виробництво, але і нематеріально-виробничу сферу. Така зміна походить з тотожного визначення продуктів виробництва і послуг як двох видів споживних вартостей, що мають властивості корисності і з цієї точки зору зіставної,

Постіндустріальна трансформація знаходить вираз у зміні структури виробництва і, відповідно, структури результатів функціонування відтворювальної системи. Відбувається швидке прискорення зростання тих секторів суспільного господарства, які слід віднести до, так званої, інформаційної складової відтворювальної системи і пов'язати з розвитком інформаційної економіки. Саме у цей період найбільш високі темпи зростання спостерігаються в галузях четвертого і п'ятого секторів, що включають в себе охорону здоров'я, освіти, дослідних розробок, інформаційних послуг, фінансів і страхування. У таких умовах відбувається розвиток принципово нової техніки і технології, що базуються на інформатиці. Набувають поширення гнучкі виробничі системи, спроможні до швидкого переналагодження і зміни технологічних комбінацій. Інформатизація відтворювального процесу приводить до трансформації ролі матеріальних і трудових чинників виробництва, знаходячи вираз у зміні структури зайнятості у вигляді зростання частки зайнятих у сфері послуг, а також в переході до якісно нових чинників економічного зростання. Науково-технічний прогрес дозволяє нарощувати валовий внутрішній продукт без збільшення споживання матеріальних чинників виробництва і без залучення додаткової робочої сили. Основою інтенсивного зростання стає „інноваційність” відтворювального процесу.

Дослідження механізмів управління інноваційними факторами економічного зростання дозволяє зробити такі висновки: перетворення наявного науково-технічного та інноваційного доробку на чинник економічного зростання можливе лише на основі об'єднання зусиль усіх суб'єктів господарювання; нарощування потенціалу економічного зростання і конкурентних переваг підприємств на основі інноваційних технологій. Основним завданням їх розвитку для забезпечення стійкого економічного зростання є підвищення обсягу інвестицій у розвиток ефективної інфраструктури, у зростання інноваційного потенціалу, у підвищення ефективності управління рівнем ділової активності.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 08. 09.2011 року, режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3715-17>
2. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / Авт.-упоряд.: Г. О. Андрощук, І. Б. Жиляев, Б. Г. Чижевський, М. М. Шевченко.— К: Парламентське вид-во, 2009. — 632 с
3. Ефремов А.С. Содержание факторов производства в условиях инновационно-информационной парадигмы развития промышленных предприятий // Научовий Вісник Донецького національного університету. – 2011. – № 3. – с. 45 –49.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЕТИНІЗАЦІЇ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Залучення частини інтелектуального потенціалу зайнятого населення (ІПЗН) до тіньової економіки існує в багатьох країнах, проте таке негативне явище має різні масштаби. В Україні частка тіньової економіки з початку ринкових реформ швидко зростала, поглинаючи з кожним роком, особливо в часи криз, все більшу кількість працездатних осіб. За різними оцінками, від 30 до 60% економіки України сьогодні знаходиться в тіні. Відсоток тіньової економіки за даними Держкомстату складає 17-20% [4]. Одні експерти вважають, що тіньовий ринок України складає 60 млрд. дол., інші називають цю суму удвічі більшою; окремі спеціалісти вважають, що половина усієї економіки країни знаходиться в тіні [1]. Відповідно до статті 7 Закону України „Про основи національної безпеки України”, тіннізацію національної економіки визнано однією з загроз національним інтересам і національній безпеці України в економічній сфері. Перераховане значно знижує можливості виплат заробітної плати в бюджетних організаціях, пенсій, соціальних допомог, стипендій, зводить до нуля можливості фінансування науки, освіти, культури. З іншого боку, частина інтелектуально розвиненої робочої сили, яка з різних причин (безробіття, затримки у виплатах заробітної плати, низькі доходи тощо) опинилася в тіньовому секторі, означає для країни як інтелектуальні, так і економічні втрати (недоотримання податків, доходу, недовиробництво ВВП в офіційному секторі економіки). Небезпечні тенденції зростання офіційної «незайнятості» осіб працездатного віку слугують гальмом економічного зростання та прискореного інноваційного розвитку. Пошук шляхів детинізації використання ІПЗН вважаємо важливою частиною нашого дослідження.

Причини тіньової економіки та тіньового використання частини ІПЗН можна умовно поділити на 3 групи. До першої групи відносимо соціально-економічні чинники – складна економічна ситуація у країні; недосконалість бюджетної політики; високий рівень інфляції; антимотиваційна податкова система та важкість податкового навантаження. До другої групи причин – організаційно-управлінські чинники, що породжуються через відсутність повноцінного ринкового середовища, наявність недостатньо контрольованого кордону, структурні диспропорції, велику кількість правил валютних і торговельних режимів. До третьої групи причин тіннізації використання ІПЗН відносимо політично-культурні та правові чинники: усвідомлення довготривалої історії країни без власної державності (тривалий час патріотичним вважалось боротися зі владою, сьогодні це уявлення залишається поширеним в умовах масової недовіри до влади усіх рівнів); нестабільність політичних процесів, нестабільність нормативно-правих засад економічної діяльності; правова, соціальна та економічна незахищеність авторів інтелектуальних продуктів, невирішеність проблем захисту інтелектуальної власності.

Недосконале й антимотиваційне податкове законодавство в першу чергу і найбільшою мірою спонукає підприємців і працівників ухилятися від сплати податків та шукати можливості для приховування своєї діяльності і доходів. Працівники працюють незареєстрованими у роботодавців, без трудових книжок, велика кількість працівників здійснює свою діяльність дистанційно або віртуально. Віртуальна зайнятість передбачає виконання роботи, використовуючи мережу Інтернет. Дистанційна зайнятість передбачає виконання працівником певної роботи на дому, а потім виготовлений продукт направляється до замовника. Такі види діяльності прослідкувати важко, а іноді неможливо. Низька відповідальність суб'єктів господарювання та слабкий контроль з боку державних органів є кроком назад на шляху до цивілізованої зростаючої економіки.

Автор дотримується думки експертів [2], що неформальна зайнятість є однією із основних проблем тіньової економіки, оскільки породжує гострі соціально-трудова проблеми, зокрема відсутність соціальних гарантій, контролю за умовами і режимом праці, втрату кваліфікації, прискорену деінтелектуалізацію трудових процесів тощо. Складовими неформальної зайнятості є: зайнятість на підприємствах неформального сектора: самозайняті на підприємствах без реєстрації; на незареєстрованих підприємствах із найманими працівниками; зайняті поза підприємствами неформального сектора: зайняті на підприємствах формального сектора; випадково зайняті; зайняті в домашньому господарстві (виключаючи ті види діяльності, які переходять межі виробництва) [3, с.4]. Підтримуємо погляд [2], що для розв'язання проблеми неформальної зайнятості особливого значення набуває державна і громадська мотивація легалізації зайнятості, розвиток легальних малих підприємств у сфері торгового і побутового обслуговування населення.

Головними витоками тіньових та корупційних механізмів є політична, законодавча, економічна, соціальна нестабільність, надмірно великий податковий тягар та національні особливості трудового менталітету.

Вважаємо, що процеси детінізації залучення частини ПЗН мають відбутися, насамперед, у функціонуванні ринку праці (неоформлені працівники, віртуальна та дистанційна зайнятість), у сфері доходів (приховані заробітні плати та прибутки), у функціонуванні бізнесу (неформальна, підпільна чи кримінальна господарська діяльність); освіті і науці (нелегальне надання інтелектуальних послуг, репетиторство, неофіційна участь у міжнародних наукових проектах).

Подолання механізмів тіньового сектора та детінізації використання ПЗН потребує створення сприятливого середовища трудової діяльності за рахунок заходів за такими напрямками:

- 1) соціально-економічні заходи: оптимізація системи оподаткування, ввести гнучкі та привабливі податкові ставки; забезпечення гідного рівня заробітної плати; стимулювання розвитку підприємництва та бізнесу; впровадження державних доплат (пільг) підприємствам пропорційно їхнім внескам до бюджету; створення «соціальних пакетів» для працівників легальних підприємств та ін.;

2) політично-культурні заходи: визнання тіньової економіки та корупції дуже небезпечними явищами; систематичне переконування громадян, що будь-який прояв тіньового використання ІПЗН та корупції є злом; етичне лідерство, пропагування етичних прикладів поведінки; організація залучення громадськості та моніторингу;

3) організаційно-управлінські: створення «полегшених» умов, для відкриття власної справи; державне стимулювання легальних підприємств у напрямку модернізації праці; впровадження на всіх рівнях господарювання ясних процедур, які виключають суб'єктивізм у діях службовців, підприємців і працівників; вдосконалення судової системи; побудова етичної культури організації, етичне управління людськими ресурсами; санкції для індивідуальних дій; постійний фінансовий моніторинг та аналіз економіки з метою виявлення нових та вдосконалених форм тіньових процесів; розробка теоретичних підходів боротьби з тіньовою економікою на рівні спеціалізованих установ та навчальних закладів;

4) нормативно-законодавчі: забезпечення державою процесу створення додаткових робочих місць; розробка механізму висвітлення звітних документів про напрямки використання податкових надходжень; створення ясних засад функціонування організації та прозорих процедур; створення документів та структур, які безпосередньо займаються питаннями етики в організації; зміцнення правоохоронних органів та створення відповідної законодавчої бази.

Зауважимо, що процес детінізації інтелектуальної діяльності з урахуванням наданих пропозицій та визначених принципів не може бути разовим заходом, він потребує постійного дослідження і контролю з боку держави, залучення матеріалів мотиваційного моніторингу, постійного аналізу причин недовикористання та неефективного використання ІПЗН.

Список використаних джерел:

1. *Иноземцев В. Л. Несколько гипотез о мировом порядке XXI века // Свободная мысль. – XXI. – 2003. – № 11. – С.3-8.*
2. *Оверковський Б. Неформальна зайнятість в країнах Центральної та Східної Європи: спільні проблеми та виклики для профспілок [Електронний ресурс] / Б. Оверковський // Режим доступу: http://www.fpsu.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=103%3A2009-07-30-20-09-59&catid=58%3A2009-07-30-20-01-54&Itemid=34&lang=uk*
3. *Петрова І. Л. Заходи економічної та соціальної політики в сегменті неформальної зайнятості / І. Л. Петрова // Україна: аспекти праці. – 2006. – № 3. – С. 3–7.*
4. *Черненко С.М. Макроекономічні аспекти регулювання доходів громадян / С.М. Черненко // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Ринкова трансформація економіки: стан, проблеми, перспективи» Харків: ХНТУСГ. – 2010. – С. 26–30.*

*Далевська Н.М., к.е.н, доцент кафедри
економічної теорії та державного управління*

ДВНЗ «Донецький національний технічний університет»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ ГЛОБАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Істотні зміни змісту безпосереднього процесу глобалізації світового суспільного виробництва, які відбуваються з другої половини ХХ століття, показують, що розвиток глобальних продуктивних сил йде саме у бік забезпечення таких природно – економічних умов, за яких праця окремої людини стає безпосередньо загальною працею. Стержнем цих змін є розвиток інформаційної форми вартості товарів та послуг. Реальні процеси, що відбуваються у природно-економічній сфері світового суспільного виробництва, дозволяють констатувати той факт, що інформаційна форма вартості товарів і послуг, породжена спочатку як одиничне явище, розвивається у бік загальної інформаційної форми. Йде процес злиття відособлених банків інформаційних програм створення технологій. Інформаційні програми виробництва споживчих вартостей стають основним видом національного багатства, найважливішим об'єктом міжнародного обміну. Інформаційна форма вартості товарів і послуг набуває свого самостійного руху. Нагальним завданням стає забезпечення зіставлення витрат та результатів виробництва товарів до початку, а не після їх безпосереднього виробництва та у процесі обміну.

Нарешті, передача норм господарського поведіння, яка одержала технологічну основу у вигляді інформаційних технологій, виникла як новий спосіб міжнародної конкурентної боротьби. Таким чином, управління інформаційним забезпеченням діяльності суб'єктів господарювання виходить за суто економічні межі, що відображається у процесах формування глобального інформаційного простору, глобальної інформаційної інфраструктури та в інтернаціоналізації проблем техногенного впливу на природне середовище, всі основні сфери суспільної діяльності, включаючи політику, ідеологію, культуру, спосіб життя, а також самі умови існування людства.

Розповсюдженню ідей глобального управління інформаційним забезпеченням діяльності суб'єктів господарювання посприяла діяльність спеціальної комісії ООН з глобального управління, яка була створена для обговорення шляхів спільного вирішення екологічних проблем, боротьби із бідністю та голодом, а на початку 90-х років ХХ ст. – вироблення нових правил поведінки суб'єктів міжнародних відносин. Отже, складається ситуація, коли відбувається формування нового глобального типу легітимності, у якому легітимність суб'єктів господарювання на національному та міжнародному рівнях розглядається через відповідність системі на перед заданих критеріїв.

Важливою характеристикою глобальної інформаційної системи є цілісність, яка означає, що взаємодія її елементів та підсистем між собою,

врегульована відповідними інституційними нормами, заснована на меті, сформованій у результаті інформаційної взаємодії між суб'єктами господарювання у межах глобальної інформаційної інфраструктури.

Розвиток глобальної інформаційної системи відбувається через трансформацію її структури. «У майбутньому, - вважав Й. Масуда, - інформаційні послуги, структура виробництва яких характеризується самопомноженням і синергією, посядуть місце нинішніх великих заводів і стануть соціетальним символом інформаційного суспільства. Завдяки характерному для інформаційного виробництва самопомноженню, інформаційні послуги, як центр продуктивних сил суспільства, створюють ті цінності часу, які являють собою спільну мету для вільних об'єднань» [1, с. 44].

Особливу роль у цьому процесі відіграє інформаційно-знакова підструктура, в якій формується нова мета функціонування системи глобального управління інформаційним забезпеченням діяльності суб'єктів господарювання та яка визначає їхні дії, що мають спрямовуватися на світові інституційні норми. Саме тому одночасно із процесами глобалізації відбувається інтенсифікація зворотних процесів локалізації, пов'язаних із посиленням ролі локальних структур та локально організованих зв'язків у структуруванні глобального інформаційного простору.

Нова парадигма глобального управління інформаційним забезпеченням діяльності суб'єктів господарювання, що сьогодні формується, починається з фізичних параметрів (обмежені можливості довкілля, складні екологічні взаємовідносини, закони термодинаміки) [2, с. 200]. При цьому масштаб світової економіки вимірюється здобутком кількості населення і обсягу використаних ресурсів на душу населення, тобто сумарним використанням ресурсів, або обсягом потоку речовини/енергії (метаболічного потоку), за допомогою якого екосистема живить економічну систему. Саме крізь призму цієї категорії належить розглядати співвідношення між зростаннями і розвитком. Зростання (збільшення ресурсопотоку) може бути прийнятим до тих пір, поки воно не переважає граничні витрати.

Втім, на рівні нормативного аналізу можна фіксувати рух від суб'єкта до об'єкта, тобто проєктивний хід від намірів, бажань, цілей до їх об'єктивного втілення. Проте, система нормативних критеріїв пізнання закономірностей функціонування глобальної інформаційної системи, що охоплює всі елементи відтворювального процесу, є основою для розробки та організації виробничо – господарської діяльності суб'єктів у світовому господарстві. Отже, ця система повинна стосуватися розробки таких нормативних критеріїв як: витрати живої праці, використання предметів праці, організація виробничих процесів, якість продукції та послуг тощо. Звідси виникає проблема внутрішньої і зовнішньої організації суб'єктів господарювання глобальної економічної системи, тобто цілеспрямованої регуляції поведінки людини за умов легітимності та визначеності глобального порядку, а значить – легітимних на міжнародному рівні механізмів регуляції.

За цих умов соціальний контроль постає невід'ємним елементом глобального управління інформаційним забезпеченням діяльності суб'єктів

господарювання. Сутність здійснення соціального контролю виявляється у функціонуванні суспільних відносин відповідно до певних інституційних норм і програм розвитку глобальної економічної системи. Втім, головною метою здійснення соціального контролю є недопущення відхилень і приведення у відповідність до інституційних норм і програм розвитку країни за допомогою відповідних засобів через різні види впливу функціональної глобальної інформаційної системи.

Власне, суб'єкт господарювання знаходить себе на перехресті множини міжнародних соціально-економічних відносин, підпорядкованих певним ритмам і правилам гри, що сукупно складає текстуру глобального інформаційного простору. В процесі цієї взаємодії з'являються усталені центри, які стають визначальними вузлами для потоків, задаючи їм певний напрямок та ритм [3, с.15]. Ці вузли являють собою усталені, інституціолізовані правила соціальної взаємодії, що виникають, зміцнюються або залишаються незмінними, зникають або перетворюються на щось інше – вони лише результати тимчасові усталеності глобальної інформаційної інфраструктури у певний момент її функціонування.

Оскільки характерною рисою сучасного періоду глобального економічного розвитку є зміна домінуючих видів людської діяльності, відбувається значне порушення економічних взаємозв'язків між суб'єктами життєдіяльності суспільства, що характеризується взаємодією фінансової кризи і кризи реальної економіки, яка посилює кожну з цих складових. Але в усій своїй багатовимірності цей рух не є хаотичним, він є усвідомленим, зорганізованим самою особистістю в межах її життєвого шляху. Саме тому можливість удосконалення процес ним забезпеченням діяльності суб'єктів господарювання у глобального управління інформацій залежить від принципу соціальної справедливості, суть якого полягає у виведенні критеріїв оцінки вчинків людей в межі глобального інформаційного простору на рівень моральних якостей, в основі яких знаходиться гідність людини, її здатність до нескінченного самовдосконалення та власного забезпечення безпеки.

Список використаних джерел

1. Масуда Й. Комп'ютопія / Й. Масуда // *Філософська і соціологічна думка*. – 1993 - № 6. – С. 36 – 50.
2. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку / Г. Дейлі. – К. : Інтелсфера, 2002. – 312 с.
3. Шумська С. Фінансова діяльність у вимірі показників системи національних рахунків / С. Шумська // *Економіст*. – 2011. - № 11. – С. 13 – 17.

УДК 336

*Денисенко М.П., д.е.н., професор,
Загіка О.С., магістр спеціальності «Економіка підприємства»,
Київський національний університет технологій та дизайну*

ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційна діяльність є стрижнем науково-технічного процесу, який перетворюється на вирішальний фактор соціально-економічного розвитку і відіграє провідну роль у вирішенні багатьох завдань. Недооцінювання його

загрожує швидкою втратою позицій на світовому ринку, спадом виробництва, банкрутством підприємств та ін. Але, незважаючи на загальновизнану думку про соціальну роль інноваційної діяльності в забезпеченні зростання випуску продукції та продуктивності праці, майже в усіх регіонах і галузях нашої країни відстежується тенденція її поступового зниження.

Інноваційна діяльність — це та категорія діяльності, яка є на сьогодні досить актуальною і необхідною одночасно. Виходячи з цього варто зазначити, що існують кілька типів підприємств, які займаються діяльністю такого роду:

— стратегічні інноватори — це підприємства, на яких інноваційні процеси виконуються на постійній основі для розробки оригінального продукту;

— періодичні інноватори — фірми, які розробляють інновації виключно всередині фірми, коли це необхідно, але інновації не є стратегічною діяльністю;

— технологічні модифікатори — організації, які вдосконалюють свої товари не через інноваційну діяльність;

— технологічні послідовники — фірми, які вводять нововведення, які розроблені іншими організаціями.

Оцінку експертами їх поширеності в Україні наведено у таблиці 1 [1].

Таблиця 1.

Оцінка рівня поширеності в Україні інноваційних компаній, %

Типи інноваційних компаній	Дуже поширені	Поширені	В середньому є	Майже немає	Немає
Стратегічні інноватори	-	7,3	20,4	56,2	9,5
Періодичні інноватори	-	14,6	56,2	22,6	0,7
Технологічні модифікатори	2,9	32,8	50,4	8,8	0,7
Технологічні послідовники	18,2	46	24,8	2,9	0,7

Опитування фахівців показало, що в Україні найбільш поширені такі види інноваційних компаній, як технологічні модифікатори (35,7 %) і технічні послідовники (65,2 %). Більше половини експертів вважають, що серед українських інноваційних компаній, які можна віднести до періодичних інноваторів або технологічних модифікаторів, поширені в середньому. Значна частка експертів (56,2 %) зазначили майже повну відсутність в Україні стратегічних інноваторів, а 9,5 % підкреслили, що таких фірм взагалі немає. Тому така ситуація у реальному секторі не відповідає вимогам формування моделі конкурентної України.

В Україні, практично не створені умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Перешкоди фінансового, політичного, правового характеру постають на шляху масової реалізації інновацій. А саме процеси створення нових інноваційних структур, які здатні реалізовувати цілком комерційні проекти, мають стихійний характер. Тому Україна гостро потребує вирішення завдання перетворення інновацій та інноваційної політики на двигун якісно нового етапу розвитку економіки.

Особливу увагу слід звернути на процес фінансування інноваційного розвитку. За офіційними даними Держкомстату [2], розмір фінансування інноваційної діяльності від різних можливих джерел за період з 2006 по 2009 рік можна подати в таблиці 2.

Джерела фінансування інноваційної діяльності

Роки	Витрати, млн. грн.	У тому числі			
		Власних	Державного бюджету	Іноземних інвесторів	Інші джерела
2006	6160	5211,4	114,4	176,2	658
2007	10850,9	7999,6	144,8	321,8	2384,7
2008	11994,2	7264	336,9	1158,4	4277,9
2009	7949,9	5169,4	127	1512,9	1140,6

Інноваційна активність у промисловості характеризується даними, наведеними у таблиці 3 [3].

Таблиця 3.

Інноваційна активність промислових підприємств

Показник	Абсолютний показник				% до загальної кількості (обсягу)			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
К-ть підприємств, які займалися інноваційною діяльністю, од.	1705	1496	1359	1012	18,0	15,1	13,7	10,3
у тому числі проводили дослідження і розробки, од.	436	363	366	...	4,6	3,7	3,7	...
Обсяг реалізованої інноваційної продукції, млрд.грн.	12,1	12,9	18,8	17,4	10,7	5,6	5,8	6,3

Із даних видно, що абсолютна кількість підприємств, які займаються інноваційною діяльністю зменшувалася, у той час як обсяг реалізованої інноваційної продукції збільшувався. Вітчизняна статистика інноваційно-активними вважає навіть підприємства, в яких частка реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі реалізації становить менше 1%.

Інноваційний розвиток підприємства може стимулюватися ззовні та з середини організації. Зовнішнє стимулювання проявляється як: податкові кредити та пільги зі сторони держави, розвиток венчурного бізнесу, державні замовлення, відкриття та організування технологічних парків, підтримка діяльності лабораторій, субсидії та дотації з боку держави для розвитку творчої діяльності та стимулювання винахідництва

То ж можемо сказати, що основними проблемами інноваційного розвитку в Україні та її регіонах на сучасному етапі є:

- відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних та перспективних напрямках розвитку;
- те, що немає залежності між збільшенням обсягу продажу приватними компаніями і зростання фінансування здійснюваних ними досліджень і розробок;
- інноваційна політика немає чіткої спрямованості у вирішенні конкретних економічних проблем регіонів, в їх реструктуризації з врахуванням ринкових чинників.

Ось чому, можна виділити основні шляхи активізації інноваційної діяльності в Україні на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки:

- по-перше, розробку і запровадження механізму надання пільг промисловим підприємствам, які впроваджують і реалізують інноваційну продукцію;

- по-друге, поширення практики надання інноваційним підприємствам середньострокових кредитів зі знижкою кредитної ставки.

Отже, реалізація запропонованих напрямків активізації інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефективно використовувати внутрішні і залучені зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

Більш детально слід проаналізувати сфери машинобудування в Україні. На сьогоднішній день ця галузь займає всього 10% валового внутрішнього продукту, незважаючи на наявні потенційні можливості, в той час як в індустріально розвинутих країнах доля машинобудування досягає 40-50%.

В останні роки галузь динамічно розвивається. На 2012 планується збільшення обсягу виробництва на 10%, на 2013 – 15%.

Незважаючи на позитивні тенденції в галузі існує ряд проблем, від рішення яких істотно залежить розвиток підприємств та їх конкурентоздатність. Для їх рішення необхідно:

- інтенсивне технічне переоснащення, впровадження проривних технологій,

- впровадження сучасних інноваційних розробок, технологій та матеріалів, збільшення долі наукомісткої продукції,

- зниження матеріальних та енергетичних затрат на виробництво та покращення якості продукції,

- створення регіональних центрів підготовки спеціалістів по індивідуальним вимогам підприємств.

Всі заходи, направлені на технічну переоснастку здійснюється особистими та кредитними коштами. Провідні заводи, які виготовляють більше 70% машинобудівної продукції, планують збільшити інвестиції в розвиток в 2013 році до 950 млн. грн.

Інноваційна діяльність підприємств стримується такими факторами, як відсутність фінансування, високі кредитні ставки, недосконалість законодавчої бази у сфері інновацій, податкової системи та пільгового режиму для інноваційної діяльності, міграція фахівців та науковців. Доцільно розробити та запровадити комплексну систему фінансової підтримки інноваційної діяльності, зокрема щодо механізмів здешевлення кредитів і заохочення банків до кредитування інноваційних проектів

В результаті проведеного дослідження визначено необхідні та достатні умови, за яких можливі інновації на підприємстві. Достатні умови потребують фінансової підтримки, яка може бути здійснена за допомогою проектного фінансування. Джерелом проектного фінансування інновацій в межах малих підприємств можуть виступати не банки, а інвестиційні фонди.

Таким чином, для забезпечення економічного зростання промислового комплексу, досягнення конкурентоспроможності на світовому ринку домінуючим повинен стати шлях розвитку, нарощування інноваційного потенціалу підприємств.

Список використаних джерел:

1. *Активізація інноваційної діяльності: Монографія / О. І. Амоша, В. П. Антонюк, А. І. Землянкін та ін. / Ін-т економіки промисловості. Донецьк, 2007. С.328.*
2. *Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> Статистична інформація // Наука та інновації.*
3. *Статистичний щорічник України за 2010 рік С.353; Статистичний збірник – К.: Держкомстат України, 2010 С. 188.*

УДК 658.589:65.011.1:621

*Дупляк О.М., магістр, аспірантка кафедри
автоматизованих систем і моделювання економіки
Хмельницький національний університет*

ВПЛИВ ІНВЕСТИЦІЙ НА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ

Підвищення ефективності діяльності підприємств для забезпечення високих темпів їх економічного розвитку набуває особливої актуальності в сучасних умовах розвитку національної економіки. Економічне зростання можна забезпечити шляхом впровадження та вдосконалення інноваційної діяльності у всіх галузях економіки. Проте впровадження та формування стратегії інноваційного розвитку підприємства та розвитку не можливий без його інвестиційного забезпечення. Таким чином, постає проблема пошуку для залучення іноземних та вітчизняних інвестицій на підприємства. Без інвестицій неможливо забезпечити процес розширеного відтворення капіталу, що може призвести до втрати економічного потенціалу країни. За короткий проміжок часу становлення ринкової економіки відбувалось у період високої інфляції, постійних змін до законодавства, високою часткою монополій підприємств з експортною перевагою, занепад підприємств, і неможливість конкурувати з імпортованим товаром та перетворення виробничих приміщень у торгові та офісні склади. Потенційні зарубіжні інвестори не вкладають свої кошти через нестабільну політичну ситуацію та виникнення форс-мажорів із законодавством. Інвестиції для розвитку підприємств не надходять у тих кількостях, які потребує держава для інноваційного розвитку.

На сьогодні спад економіки є характерним для всіх країн СНД. Досвід показує, що у період депресії акцент в економічній політиці держави та в стратегіях фірм спрямований на розвиток та стимулювання інновацій, що в майбутньому дозволить вийти із важкого економічного становища. Депресія стала наслідком того, що науковий та технологічний потенціал зарубіжних країн є набагато вищим, що дозволяє їм, в свою чергу, зменшити витрати виробництва та збільшувати простір збуту.

Найбільші обсяги прямих інвестицій здійснено підприємствами Харківської – 52,2 млн. дол. США (31,9%), Одеської – 36,5 млн. дол. США

(22,3%), Вінницької – 17,1 млн. дол. США (10,5%) областей, міст Києва – 19,4 млн.дол.США (11,9%) та Севастополя – 18,9 млн.дол. США (11,6%) [1].

На думку багатьох економістів-практиків, інвестиції в інновації є дуже ризиковим процесом. За І. Хрільовим інвестиції в інновації не є привабливими, у першу чергу, через довгостроковість і одразу не можуть принести максимальний прибуток у короткі терміни. По-друге, мало спеціалізованих інститутів у вигляді венчурних фондів, що підтримують розробку і впровадження інноваційних продуктів. По-третє, інноваційні проекти у країнах СНД без пільгового режиму, тому є мало окупні. За С. Савосіним причиною малої частки інвестування є непомітні через призму статистики, реальні дані капіталовкладень не показані, тому зарубіжні інвестори не поспішають вкладати гроші першими [2].

Але для покращення ситуації щодо ясності інвестиційного процесу, згідно доручення Президента України від 26.04.2010 року №1-1/729, торгово-промислова палата України готує до випуску Каталог «Українські інвестиції та інновації». За даним каталогом пропонується перелік регіонів, у які вже були залучені інвестиції для формування не лише інноваційних стратегій розвитку, а загалом всіх видів інновацій на підприємства [3].

За Федоренко В.Г. «Стратегію науково-технічного розвитку в Україні потрібно спрямувати на подолання технологічної багатоукладності й випереджаюче формування виробництв п'ятого технологічного укладу» [4, с. 65].

За Гриньовою В.М «...важливим елементом інноваційно-інвестиційного механізму з позиції його тактичної формалізації в межах конкретного підприємства є формування інноваційно-інвестиційної стратегії...» [5, с.120-125]. Дані процеси повинні відображатися в державних та регіональних проектах, так як головним для підприємства є вибір правильної інноваційної спрямованості за рахунок встановлених пріоритетів у подальшому розвитку підприємства. Важливо при цьому врахувати, щоб підприємство виробляло конкурентоспроможну продукцію. Ще одна перешкода у формуванні інноваційної стратегії розвитку за рахунок інвестицій – це споживчий підхід до капітальних вкладень.

Для формування діючого інноваційно-інвестиційного механізму необхідно розроблення інноваційної моделі розвитку економіки держави, формування державної та регіональної інноваційно-інвестиційних програм та заходів їх реалізації, формування координуючих органів та ефективного механізму стимулювання інноваційної діяльності в державі, в регіонах та на підприємствах. Необхідно створити механізм ресурсного забезпечення відповідних програм та проектів, а саме – це технологічне, кадрове, фінансове тощо. Наявність підготовленої кадрової бази – це вже п'ятдесят відсотків успіху програми. Для цього необхідно спеціалізоване навчання, підготовка менеджерів та фахівців.

За Канафоцькою Г. для правильного застосування інвестиційних коштів для розвитку інноваційної стратегії розвитку необхідно «...сприяння організаційно-фінансової інфраструктури інноваційній діяльності по

забезпеченню злагодженої дії ланцюжка: «наука – технологія – виробництво – ринок». До організаційно-фінансового аспекту також слід віднести «бюджет інноваційного розвитку»[6]. Мається на увазі, що підприємства, що стали на шлях інноваційного розвитку, мають пільги для оновлення виробництва, а саме, через встановлення нормативів прискореної амортизації, пільгового оподаткування, надання «податкових канікул», інвестиційного кредиту, встановлення спеціального правового режиму пільгового оподаткування інноваційної продукції, виготовленої за інноваційними проектами, що мають державну підтримку та зареєстровані в установленому порядку. Досягти цього без використання індустрії венчурного бізнесу, тобто без створення приватних інвестиційних компаній, діяльність яких підтримується державними і суспільними фондами, є практично неможливо.

Для правильної роботи запропонованого «ланцюжка: наука – технологія – виробництво – ринок» необхідно налагодити роботу технопарків, створення сучасних наукових лабораторій при корпораціях, новітньої інфраструктури і інформаційних банків технологій, спеціальних інноваційних фондів із залученням інституціональних інвесторів, комерційних банків тощо.

В процесі аналізу залучення інвестицій для формування інноваційної стратегії розвитку підприємства було виявлено багато проблем, основними з яких є недосконале законодавство та невміння практичного застосування інвестицій. Аналіз інвестиційної діяльності, як інформативна база, має велике значення для прийняття своєчасних управлінських рішень.

На нашу думку, аналіз інвестиційної діяльності та її вплив на інноваційну діяльність підприємства повинен бути обов'язковим у фінансовій діяльності підприємства, адже саме такий аналіз відкриває для підприємства нові і широкі перспективи для подальшої його діяльності.

Таким чином, взаємозв'язок інвестицій та інноваційних процесів є невід'ємною складовою економічного розвитку держави. Вплив може проявлятися у кожному суб'єкті господарської діяльності по-різному, в залежності, на які зміни цей суб'єкт очікує, але головним кінцевим результатом буде збільшення прибутку.

Подальші дослідження будуть спрямовані на більш детальний аналіз впливу інвестицій на інноваційну діяльність підприємств, а саме, визначення основних складових формування інноваційної стратегії розвитку за рахунок інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Поміць бізнесу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bishelp.ru>
3. Торгово-промислова палата України / Міжнародна академія фінансів та інвестицій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mafi.com.ua/>
4. Федоренко В. Г. Ф33 Інвестознавство: Підручник. — 3-тє вид., допов. — К.: МАУП, 2004. — 480 с: іл. — Бібліогр.: с 470–472.
5. Гриньова В.М., Коюда В.О., Лепейко Т.І., Коюда О.Л. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності: Монографія / За заг. ред. В.М. Гриньової. — Х.: ХДГУ, 2002. — 464
6. Власна справа. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.vlasnasprava.info/ua/information.html?_m=publications&_t=rec&id=9361

*Кривова О.І., аспірантка кафедри економічного аналізу
Одеський національний економічний університет*

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТА ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Жорсткі умови виходу на світовий продовольчий ринок передбачають дотримання технічних умов виробництва продукції, стандартизації та контролю за її якістю і потребують прискореного переходу харчової промисловості України на інвестиційно-інноваційний розвиток [1].

Інвестиційно-інноваційна діяльність в Україні вже певним чином захищена Законами України: “Про інноваційну діяльність”, “Про наукову і науково-технічну діяльність”, “Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України”, “Про наукову і науково-технічну експертизу”, “Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки”, “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні”, “Про спеціальний режим інвестиційної і інноваційної діяльності технологічних парків”.

Харчова промисловість у цілому вважається інвестиційно привабливою галуззю завдяки короткому періоду окупності вкладених інвестицій. Однак на даному етапі однією з головних проблем на шляху до розвитку стає технологічна відсталість вітчизняної харчової промисловості та уповільнення й неупорядкованість інвестиційних та інноваційних процесів. Стан основних засобів є тим чинником, який визначально впливає на економічну ефективність роботи галузі, здатність підприємств впроваджувати інновації, конкурентоспроможність продукції. В ряді регіонів України основні засоби зношені більш ніж наполовину, тобто їх стан наближається до критичного (Одеська, Полтавська, Сумська, Херсонська області) [2]. Для подолання галузевих та регіональних диспропорцій в інвестиційному забезпеченні харчової промисловості й стимулювання інноваційно-інвестиційних процесів важливо зробити правильний вибір пріоритетних напрямів інвестування та забезпечити залучення й ефективного використання всіх можливих джерел надходження коштів, створити дієвий механізм державного впливу на формування та використання інвестиційних ресурсів.

Основними джерелами інвестування харчової промисловості нині є власні кошти підприємств, кредити банків і державні капітальні вкладення (табл.1). Через великі ризики, сектор іноземних інвестицій майже не виявляє інтересу до інвестування цих проектів, особливо в таких галузях, як спиртова і цукрова. Внутрішні приватні інвестиції й заощадження, за невеликим винятком, також не відіграють великої ролі в інвестиційному забезпеченні галузі.

Власні ж кошти, як відомо, формуються за рахунок прибутку та амортизаційних відрахувань. Проте, протягом останніх років прибутковість галузі постійно знижується. Тому для 1/3 підприємств, які останніми роками були збитковими, єдиним власним джерелом інвестування залишаються амортизаційні відрахування. Таким чином найбільше навантаження у

інвестиційному забезпеченні харчових підприємств лягає на амортизаційні фонди.

Таблиця 1

Структура джерел фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності харчових підприємств України у 2010 році, %

Вид діяльності	Усього	У тому числі за рахунок коштів:					
		Державного бюджету	Коштів місцевих бюджетів	Власних коштів підприємств та організацій	Кредитів банків та інших позик	Коштів іноземних інвесторів	Інших джерел фінансування
Інвестиційна	100	6,3	2,9	55,7	13,7	2,3	19,1
Інноваційна	100	—	—	87,5	12,5	—	—

Відзначаючи важливість залучення іноземного капіталу, слід оцінити, наскільки при цьому враховуються інтереси вітчизняних сільгоспвиробників та якою мірою це відповідає завданням забезпечення продовольчої безпеки і незалежності нашої держави.

На наш погляд, настав час для радикальної перебудови інвестиційної політики, оскільки зменшення ролі держави в цьому процесі не було компенсовано можливостями ринкової самоорганізації інвестиційних процесів.

Головними джерелами фінансування інноваційної діяльності харчової промисловості у 2010 році були власні кошти суб'єктів господарювання та кредити банків (табл.1).

Харчова промисловість України в цілому характеризується низьким рівнем інноваційної активності, який до того ж має сталу тенденцію до зниження. Так, якщо у 1995 році із загальної кількості підприємств цієї галузі 20,3 % займались інноваційною діяльністю то в 2000 році їх кількість скоротилася до 17,8 %, а у 2008 році до 9,4 %. Ці показники не йдуть в ніяке порівняння країнами Європейського Союзу, де ці показники сягають 50 - 70 %. При цьому слід враховувати, що 83 % інноваційної активності господарюючих суб'єктів спрямовувалось на придбання машин, обладнання та інші основних засобів. Маркетинг, реклама та інші заходи, такі як, придбанням нових технологій, виробниче проектуванням для підготовки виробництва та впровадження нових методів виробництва продукції, в цілому по галузі займали лише 19-26 підприємств.

У структурі інноваційних витрат найбільш вагомими традиційно виступають придбання основних засобів - 59,9 % загального обсягу, маркетинг та реклама - 27,4 %, тоді як придбання нових технологій - 5 %, дослідження і розробки - близько 1,5 %, інші інноваційні витрати - 4,5 %, куди входять оплата інжинірингових послуг, консультацій запрошених кваліфікованих спеціалістів, робіт і послуг технологічного характеру, навчання, підготовки та перекваліфікації персоналу. Прикро, що саме ці прогресивні напрями інноваційного розвитку, які формують позитивні структурні зрушення та є диверсифікаційною основою і рушійною силою виробництва національних конкурентних переваг, на ринку не знаходять активної підтримки в практиці господарювання. Частково це можна пояснити дефіцитом інвестиційних

ресурсів для технологічних інновацій, оскільки її основним джерелом є власні кошти підприємств [3].

На наш розсуд, інвестиційно-інноваційна політика в харчовій промисловості має виходити із стратегічних завдань розвитку агропромислового комплексу країни та її регіонів і враховувати особливості кожної з її підгалузей. Вона повинна бути орієнтована на пайову підтримку з боку держави, реконструкцію та технічне переозброєння на інноваційній основі, створення високоефективних і швидко реалізовуваних інвестиційно-інноваційних проектів. Підтримка держави в цьому напрямі повинна здійснюватися переважно шляхом активного сприяння створенню і функціонуванню ринкових механізмів та оновленню мобільного ринку капіталів.

Основними принципами інвестиційної політики у найближчій перспективі повинно стати: формування й ефективне використання всіх джерел інвестування; залучення іноземного капіталу при дотриманні вітчизняних інтересів; розширення фінансово-інвестиційних можливостей регіонів у проведенні активної інноваційно-інвестиційної політики, створенні привабливого інвестиційного клімату; створення мотивацій для довгострокового вкладання інвестицій; підвищення ролі амортизаційних відрахувань, як одного з основних джерел інвестування; розвиток інвестиційної інфраструктури, що відповідає ринковій економіці та стимулювання розвитку фондового ринку; розвиток ресурсозберігаючого й наукомісткого інвестування; збереження бюджетного фінансування соціально значимих виробництв при відсутності власних коштів [4]. Безперечно, що розв'язання цих завдань потребує певного часу і енергійних дій на рівні органів державної і місцевої влади, а також господарюючих суб'єктів. При цьому слід розглядати вітчизняного споживача та рівень його платоспроможного попиту ключовою фігурою національного продовольчого ринку.

Список використаних джерел:

1. П. М. Купчак. *Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів: монографія / за ред. доктора економічних наук, професора Л. В. Дейнеко.* – К. : Рада по вивч. прод. сил України НАН України, 2009. – 152 с.
2. http://agroin.org/statti/deyneko_3.html
3. http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vnuvgrp/ekon/2009_3_1/v47ek011.pdf
4. Сичевський М.П. *Проблеми інвестиційного розвитку харчової промисловості України / М.П. Сичевський // Економіка АПК – 2008. – №7. – с.21–26.*

УДК 338.439:631.11

Кучеренко Р.А., аспірант

Національний університету біоресурсів і природокористування України

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ХАРЧОВОЮ ПРОМИСЛОВІСТЮ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ ТА ЇЇ РОЗВИТОК НА ІННОВАЦІЙНИХ ЗАСАДАХ

Ситуація на світовому продовольчому ринку особливо останніми роками продовжує загострюватися. Минулого 2011 року людство перетнуло позначку у 7 млрд. населення світу. Ця ситуація відбувається на тлі подальшої лібералізації зовнішньоторговельних відносин, зростання як вітчизняних, так і світових цін на продукти харчування. У таких умовах першочерговими

вимогами для України є підвищення ефективності розвитку харчової промисловості на інноваційних засадах для забезпечення як власної продовольчої безпеки, так і участі у світовій.

Темпи зростання виробництва у харчовій промисловості за період 1999 – 2010 рр. випереджали відповідні темпи у промисловості, що свідчить про динамічний розвиток галузі. Виключенням із вказаної закономірності є 2004-й та 2007-й роки, коли темпи зростання виробництва у промисловості та у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів в Україні були практично тотожними. А також 2010 рік, у якому зростання у промисловості становило 11,2%, а харчова галузь вперше за 12-річний період допустила зниження обсягів виробництва на 1,5%.

Проте за останній 2011 рік харчова галузь повернулася на попередні позиції, впевнено випередивши у темпах зростання промисловість (17,5% у харчовій галузі проти 7,3% у промисловості).

Серед п'ятірки регіональних лідерів України значну питому вагу галузі в промислових комплексах ряду регіонів за підсумками 2011 року можна відмітити Тернопільську (57,8%), Херсонську (51,8%), Чернігівську (48%), Черкаську (47,8%) та Кіровоградську (45,5%) області [2].

Також наведені дані свідчать про суттєві просторові відмінності у виробництві продукції харчової галузі як в цілому по повному асортименту, так і в розрізі окремих груп.

Якщо врахувати існуючі прямі і непрямі зв'язки з іншими галузями вітчизняного господарства (сільським господарством, громадським харчуванням, торгівлею, хімічною та фармацевтичною промисловістю, будівництвом, машинобудуванням, транспортом, іншими галузями виробничої невиробничої сфери), то можна стверджувати, що для низки регіонів України – Тернопільської, Херсонської, Чернігівської, Черкаської, Кіровоградської, Вінницької, Волинської, Одеської, Київської областей та м. Севастополя харчова промисловість може розглядатися як ключова (пропульсивна) галузь, що може слугувати домінуючим фактором розвитку для майже половини регіонів України.

За нормами [1] питома вага власного виробництва у загальному обсязі споживання населення не повинна бути меншою за 70%. Проведений аналіз свідчить, що за період 2005 – 2010 роки цей показник коливався від 83,1% до 102,5%, середнє значення показника становило за досліджуваний період 86,6%, при показнику ексцесу меншому за 0 (-1,53738), що також свідчить про рівномірність розподілу річних даних по всій області значень, тобто демонструє стабільність показника. Такий результат показав що дотримання такої норми протягом всього досліджуваного періоду здатне тільки прискорювати наявні темпи нарощування власного виробництва продовольства [2].

Аналогічний результат має і показник питомої ваги імпорту продовольства у загальному обсязі споживання населення, значення якого не повинно перевищувати 30% [1]. За період 2005 – 2010 роки даний показник був

достатнім у всі роки, середнє значення показника становить 9,1%, що суттєво менше за граничне значення [2, 3].

Загалом показники продовольчої безпеки свідчать про те, що харчова промисловість України останніми роками демонструє впевнену стабільність у забезпеченні продовольчої безпеки населення країни та несуттєву позитивну динаміку.

Таким чином, виявлений потенціал розвитку харчової промисловості та збільшення її впливу на вирішення проблеми продовольчої безпеки України та світу можливе за умов розвитку інтеграції на основі формування замкнених циклів з виробництва, переробки та реалізації продукції, яка стане найважливішим напрямком розвитку харчопереробних підприємств. Це дозволить досягнути органічного поєднання виробництва сировинної продукції, її переробки та реалізації в одній організаційно-виробничій структурі під єдиним управлінням, максимально ефективно та раціонально використовувати природні і земельні ресурси, технічні та технологічні інновації, що забезпечить гарантований обсяг поставок сировини і високу завантаженість виробничих потужностей харчової промисловості. Це дозволить забезпечити якісним продовольством потреби вітчизняних споживачів і збільшить експортний потенціал національної економіки.

Список використаних джерел:

1. Купчак П.М. Харчова промисловість України в умовах активізації інтеграційних та глобалізаційних процесів: монографія / за ред. д.е.н., проф. Л.В.Дейнеко. – К.: Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, 2009. – 152 с.
2. Статистична інформація. Державна служба статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
3. Статистичний бюлетень. Національний банк України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.banc.gov.ua

УДК 334.024

Кучерук Т.Г., к.е.н., докторант,

Науково-дослідний економічний інститут, м. Київ

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ В КОНТЕКСТІ ПАРАДИГМАЛЬНОЇ МОДИФІКАЦІЇ ЛІДЕРСЬКОЇ МОДЕЛІ СИСТЕМНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Сучасна експансія глобалізації досягла такого рівня, за якого відбувається перегляд базових теоретичних засад управління інвестиційно-інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання. Це зумовлено структурними змінами, які відображають наслідки тривалого нарощування торговельної та фінансової відкритості, інтеграції фінансових ринків та ринків виробничих факторів, модифікації лідерської моделі системних перетворень.

Показово, що основна частка у фінансуванні науково-дослідних робіт у світі припадає на три регіони: Північну Америку (за рахунок США), Європу (за рахунок Німеччини, Франції та Великобританії) та Південно-Східну Азію (за рахунок Японії). В цьому трикутнику сконцентровано понад 82% глобального потоку інвестицій у науково-дослідні роботи, що дає змогу виявити тенденцію формування поліцентричного ядра інноваційно-інвестиційного процесу в

межах глобального простору. Частка бізнесу решти країн у глобальному інвестиційному процесі у фінансуванні науково-дослідних робіт є значно меншою та в підсумку становить близько 18 %.

Комерціалізація результатів досліджень та розробок стає пріоритетною галуззю державного регулювання. Від розвитку науки залежить можливість країни забезпечити свою конкурентоспроможність і технологічну безпеку. Тому науково-технічний потенціал країни та його здібність до саморозвитку та участі у створенні національної високотехнологічної та наукоємної продукції розглядається як головний чинник інноваційної спроможності.

Майже 70—85 % ВВП формується у розвинених країнах світу за рахунок високотехнологічних виробництв (мікроелектроніки, нанотехнологій, телекомунікацій, інформатики, аерокосмічних та біотехнологій, застосування нових матеріалів). Проте, частка вітчизняної наукомісткої продукції на світовому ринку високотехнологічної продукції дорівнює менше 0,1 %, тоді як частка США - близько 36 %, Японії - 30, Німеччини - 17, Китаю - 6, Росії - 0,5 %. За даними досліджень, проведених ООН на початку XXI століття, Україна посідала одне із перших місць у світі за кількістю наукових співробітників, рівень освіченості українців перевищував середній індекс країн Східної Європи і СНД. За результатами оцінювання експертами Світового економічного форуму інноваційного розвитку країн у 2009-2010 роках, Україна посідала 62 місце серед 133 країн [1].

За нормальних умов інвестиційний процес як елемент економічної системи, що інтегрує механізм суспільного відтворення, має забезпечити відшкодування вкладених коштів та отримання достатнього доходу для майбутніх інвестицій. Статистичний аналіз інвестиційних процесів в Україні свідчить про його певне поживлення. У 2007 р. обсяг інвестиційних вкладень у структурі ВВП України становив 26%, у 2010 р. – 9%. В Євросоюзі діє норматив, згідно з яким країни-члени зобов'язані щороку інвестувати капітал не менше 30% від обсягу ВВП. У Китаї рівень щорічного інвестування становить 40-46% ВВП. Це ключова передумова поліпшення інвестиційного клімату й активізації економіки [2, с.13].

Враховуючи, що рівень світового імпорту/експорту складає близько третини світового ВВП, можливо стверджувати, що його подальше збільшення призведе до того, що більша частина цінностей в світовому масштабі буде вироблятися не для власного споживання, а для глобального обміну. А це унеможливорює забезпечення контролю цього процесу на рівні окремих національних рівнів, та створює необхідність у впровадженні нових наднаціональних органів, тобто створення нової парадигми стратегічного управління інноваційно-орієнтованим економічним розвитком. Такий стан речей поєднуючись з ризиками подальшого розвитку та загострення глобальної економічної кризи, яка на цей час перебуває в латентній формі через трансформації боргів транснаціональних компаній, в першу чергу фінансових, у державні борги та стимулювання сукупного попиту емісійними коштами.

Разом з тим, нові інвестиційні інструменти, що народжуються на світових фінансових ринках (особливо похідних цінних паперів), за своєю сутністю

часто є спекулятивними й уже не спрямовуються на розв'язання завдань реальної економіки [3, с.103]. Усе це значно ускладнює теоретичний аналіз та зумовлює появу нових проблем стратегічного інвестування, котрі потребують розв'язання засобами, адекватними сучасному інноваційно-орієнтованому розвитку. За цих умов саме лідерська стратегія поведінки суб'єктів господарювання постає як рухливий процес пошуку компромісної згоди, в якому застосовують різні порядки обґрунтування, переходи між якими відображають «ігрову» складову стратегії, вимагаючи від суб'єкта господарювання винахідливості.

Нарешті, управління інвестиційно-інноваційної діяльністю полягає в актуалізації можливостей, закладених в елементах технологічної системи, а саме в застосуванні суб'єктом зміни наявних засобів до відповідних об'єктів зміни в процесі цілеформування та цілереалізації. Технологічна дія, таким чином, поєднує елементи системи управління інвестиційно-інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання і конституює технологічний процес як такий. Наявність зазначеної структури можна розглядати як генерування інноваційних інтересів.

Інноваційні інтереси виступають як об'єктивно зумовлені мотиви діяльності суб'єктів, які складаються з усвідомлення ними власних потреб та з'ясування умов і засобів їхнього задоволення. Відтак інноваційні інтереси суб'єктів господарювання набувають статусу національних і перетворюються на орієнтир інвестиційно-інноваційної державної політики. Основою процесу формування інноваційного інтересу є актуалізація потреб, яка згодом через усвідомлення необхідності задоволення потреб виходить на пошук можливих шляхів такого задоволення. Втім, складності у визначенні інноваційних інтересів суб'єктів господарювання пояснюються винятковою суперечливістю самої категорії інтересу, перехрещенням в ньому дій найрізноманітніших факторів.

Інноваційний інтерес в силу своєї об'єктивно-суб'єктивної природи формується перш за все під впливом таких факторів, як умови життєдіяльності домогосподарств, рівень свідомості його носіїв, практичні зв'язки і відносини між носіями інтересу, а також його ідейна спрямованість, яка на рівні державного управління визначається здатністю до стратегічного цілепокладання в реалізації інвестиційно-інноваційної політики різних рівнів управління. Саме тому категорія інноваційного інтересу кореспондується із категоріями «індивідуальний», «загальнолюдський», «державний» інтерес. Суперечливі інтереси породжують соціальні конфлікти, тотожні - об'єднують людей у певні соціальні групи, а отже, містять в собі значні консолідуючі інвестиційні можливості, завдяки яким постійно відбувається процес системних перетворень.

Отже, механізм інноваційно-орієнтованого економічного розвитку суб'єктів господарювання слід розглядати як систему, всі структурні рівні якої є відносно самостійними, специфічними та доповняльними один щодо одного. Елементи цих рівнів здійснюють спільні узгоджені дії інноваційних процесів, завдяки чому вся система зберігає життєздатність за рахунок

створення і реалізації конкурентних переваг країни. Причому кожний попередній рівень підвищується наступним, набуває специфічності, властивої тільки країні.

У цій системі координат має формуватися взаємозалежність та взаємодія складових механізму інноваційно орієнтованого економічного розвитку країн, а саме, механізм синергійності інноваційних процесів у глобальному інноваційному просторі. Йдеться не тільки про кількісне витлумачення інноваційно орієнтованого економічного розвитку, а про дійсно якісні зрушення, коли змінюються соціальні пріоритети і виміри інституційної ефективності в оцінці самої системи ціннісних координат конкурентних переваг країни у глобальному інноваційному просторі.

Список використаних джерел:

1. *The Global Competitiveness report.* - [Електронний ресурс]. – <http://www.weforum.org>
2. Підвисоцький Л. Збільшення інвестицій у виробничий сектор забезпечить сталий економічний розвиток / Р. Підвисоцький // Вісник НБУ. – 2011. - № 12. – С. 12 – 15.
3. Даниленко А. Світові тенденції та особливості розвитку прямих іноземних інвестицій / А. Даниленко // Фінанси України. – 2009. – №4. – С. 99 - 108.

УДК 336

*Литвинюк О.В., аспірант кафедри банківської справи
Одеський національний економічний університет*

УПРАВЛІННЯ БАНКІВСЬКОЮ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В УКРАЇНІ

Темпи економічного розвитку кожної країни значною мірою визначаються інтенсивністю інвестиційної діяльності. Розвиток економіки неможливий без активної банківської діяльності. Банківські інвестиції є невід'ємною частиною української економіки і служать реальним джерелом коштів, необхідних вітчизняним підприємствам для забезпечення стабільного розвитку і досягнення конкурентоздатності.

На сучасному етапі розвитку банківської системи України спостерігається тенденція поступового зростання обсягів реальних та фінансових банківських інвестицій. Україна являється третім найбільшим одержувачем інвестицій в сфері фінансових послуг у Центральній та Східній Європі. Протягом 2011 року загальний обсяг прямих іноземних інвестицій, внесених в Україну з урахуванням його переоцінки, утрат, курсової різниці, склав 48,5 млрд.дол. США, що в розрахунку загального обсягу прямих інвестицій 32,5% зосередились в фінансових установах України.

Тому при сучасному розвитку банківської системи України є достатньо важливою проблема вдосконалення управління банківською інвестиційною діяльністю. Особливістю банківської інвестиційної діяльності є те, що вона має одночасно відповідати вимогам Закону України „Про інвестиційну діяльність”, який передбачує здійснення інвестиційної діяльності загалом на території України всіх суб'єктів господарювання, а також вимогам закону „Про банки та банківську діяльність”, інших законодавчих та нормативних актів, що регулюють банківську діяльність.

Для ефективного управління інвестиційною діяльністю комерційного банку у сучасній економіці необхідна чітка систематизація і класифікація інвестиційних операцій банку. Інвестиційна банківська діяльність може здійснюватись у різних формах, які відповідно до конкретних завдань у цілях обліку, аналізу, моніторингу, класифікують за різними ознаками. Фінансова інвестиційна діяльність банку регулюється чинним законодавством України і нормативними вимогами НБУ, за якими пряма чи опосередкована участь банку у капіталі будь-якого підприємства, організації чи установи не повинна перевищувати 15% капіталу банку, а сукупні інвестиції банку мають бути не більшими 60%. Економічні цілі та інтереси інвестиційної діяльності комерційних банків полягають передусім в отриманні максимальних прибутків при досягненні залежного рівня ліквідності і надійності банківських інвестиційних операцій.

Оскільки банки ведуть свій бізнес не на власних, а на запозичених і залучених ресурсах, то вони не можуть вкладати гроші своїх клієнтів у ризиковані інвестиційні проекти (як великі так і малі), якщо вони належним чином не обґрунтовані та не забезпечені необхідними гарантіями. Саме тому, банки під час розроблення своєї інвестиційної політики повинні реально оцінювати не тільки привабливість, але й особливо – ризики та ефективність інвестиційних проектів. Інвестиційна політика комерційних банків є порівняно новим полем дослідження в економічній літературі.

Інвестиційна політика банків визначається як формування системи цільових орієнтирів інвестиційної діяльності, вибір найбільш ефективних способів та методів для їх досягнення. Інвестиційна політика комерційних банків - це сукупність заходів організації і управління інвестиційною діяльністю, які спрямовані на забезпечення оптимальних обсягів, структури та прибутковості інвестиційних активів.

Головним елементом інвестиційної політики комерційного банку є інвестиційна стратегія і тактика. На розробку та впровадження інвестиційної політики в банку впливають такі фактори:

- Обсяг і структура ресурсів банку;
- Дохідність активів банку;
- Ефективність системи інвестиційної безпеки банку;
- Стадії життєвого циклу банку;
- Обсяг витрат на формування та управління інвестиційним портфелем;
- Цілі та завдання розвитку банку;
- Макроекономічні індикатори розвитку країни;
- Стан інвестиційного клімату країни;
- Структура інвестиційного ринку;
- Ефективність державного регулювання.

Головними умовами розвитку банківської інвестиційної діяльності та управління нею в Україні є наявність інвестиційних ресурсів, інвестиційних намірів, тобто наявність реальних інвесторів бажаючих вкласти свої кошти, а також наявність сприятливого інвестиційного середовища.

Основою розвитку банківської інвестиційної діяльності є ресурсна база банку, адже надання довгострокових інвестиційних кредитів, придбання цінних паперів, фінансування інвестиційних проектів здійснюється банком тільки при наявності інвестиційних ресурсів.

Інвестиційні ресурси банку – це сукупність коштів, сформованих із зовнішніх і внутрішніх джерел, що знаходяться у розпорядженні банку і забезпечують його інвестиційну діяльність.

Далі розглянемо основні види інвестиційної діяльності банку (див. рис.1)

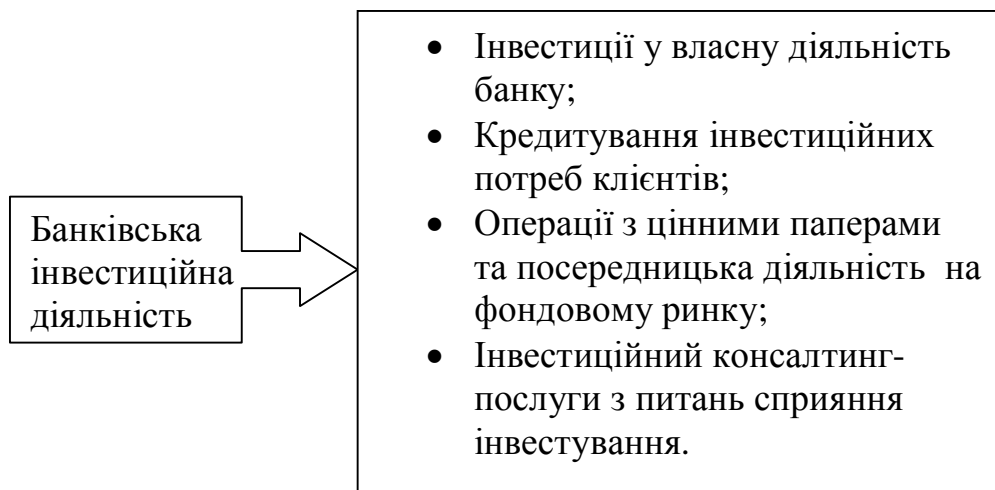


Рис.1 Банківська інвестиційна діяльність

Управління інвестиційною діяльністю банку є основною складовою частиною банківського менеджменту в банку. Інвестиційною діяльністю банк вирішує низку завдань:

- Формування інвестиційних ресурсів;
- Вибір форм і об'єктів інвестування;
- Інвестиційний аналіз і контроль;
- Мінімізація інвестиційних ризиків.

Усі вище перераховані завдання потребують прийняття ефективних управлінських рішень. Для правильного управління інвестиційною політикою банку потрібно сконцентрувати увагу на маркетинговій технології управління інвестиційною діяльністю, яка поживляє внутрішні резерви банку і сприяє ефективному залученню зовнішніх ресурсів.

Банківська система як інституційний інвестор у ринкову економіку формує ефективний механізм перерозподілу інвестиційних ресурсів. Вдосконалення системи управління банківською інвестиційною діяльністю надзвичайно важливе для забезпечення подальшого ефективного розвитку банківської системи України.

Список використаних джерел

1. Закон України „Про інвестиційну діяльність” із змінами та доповненнями від 29.01.02р. №800-VI
2. Закон України „Про банки та банківську діяльність” із змінами та доповненнями від 20.01.03р № 1294-IV
3. Пересада А.А., Майорова Т.В Управління банківськими інвестиціями - К: КНЕУ -2005 - с.25-27

УДК 338

*Лужанська Т.Ю., к.е.н., доцент кафедри туризму
Мукачівський державний університет*

УПРАВЛІННЯ САНАТОРНО-КУРОРТНИМИ ЗАКЛАДАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

В сучасних усе більшій значущості набуває нова парадигма управління підприємствами, яка полягає у визнанні невизначеності середовища функціонування та переходу від прагнення стабільності до гнучкості, відчуття змін та перетворень у напрямку забезпечення довгострокової результативності діяльності. Реалізація концептуальних засад нової парадигми в умовах функціонування вітчизняних підприємств потребує вироблення відповідних моделей, організаційно-економічних механізмів управління з урахуванням факторів, що впливають на їх стан стійкості, адаптивності та адаптованості, розвитку. Особливо актуальним є розроблення цього кола питань для санаторно-курортних підприємств, які, будучи складовою сфери послуг України, опинилися в надзвичайно складних ринкових умовах, до яких господарсько-управлінський механізм є слабо пристосованим внаслідок своєї негнучкості.

Окремі питання управління розвитком підприємств досліджені в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених: І.В.Афоніна, С.П.Бараненко, А.Н.Богатко, В.О.Василенко, О.С.Віханського, Є.В. Глухова, Є.Ю.Добровольського, Ю.К.Зайцева, Є.С. Ігнатова, Б.М.Карабанова, М.І.Крупки, С.В.Онишко, О.О.Папаїка, В.С.Савчук, Г.В.Саєнко, В.Регена, А.В.Терзієва, О.Ткаченко, А.А.Трифілової, Р.А.Фатхутдінова, В.В.Шеметова, А.Д.Шеремета. В працях зазначених авторів йдеться, здебільшого, про управління підприємствами на засадах стратегічного, антикризового менеджменту в умовах несприятливих обставин під впливом змін у зовнішньому середовищі функціонування. Разом з тим залишається поза увагою такий важливий аспект, як механізми забезпечення адаптованості та адаптивності підприємств як факторів підвищення стійкості у збереженні свого вектору розвитку. Проблема забезпечення оптимального стану адаптованості та стійкості підприємств сфери послуг, санаторно-курортних, зокрема, ще не набула ґрунтовної розробки на фоні відсутності цілісної сучасної концепції управління стійким розвитком підприємства.

Розвиток санаторно-курортних підприємств має важливе соціальне значення у створенні можливостей для реабілітації, лікування, профілактики захворювань та відпочинку людей, що підкреслюється у Законі України «Про курорти» (в редакції від 05.10.2000 р., №2026-III); так, згідно із ст. 3 зазначеного Закону одним із принципів державної політики у сфері курортної справи є «сприяння перетворенню санаторно-курортного комплексу України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки»; увага до

санаторно-курортної сфери з боку держави підтверджується розробленою «Концепцією розвитку санаторно-курортної галузі», схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23.04.2003 р. № 231-р., в якій означено основні проблеми розвитку санаторно-курортної галузі в Україні: відсутність досконалого економічного механізму її діяльності; незабезпечення комплексного розвитку курортних територій; зношеність основних фондів; практична відсутність інвестицій; неефективний маркетинг; низький рівень менеджменту; неналежне обслуговування у санаторно-курортних закладах. Метою реформування санаторно-курортної галузі визнається реалізація проектів комплексного розвитку курортів шляхом створення відповідних механізмів

Несвоєчасне вирішення або ігнорування проблем санаторно-курортних підприємств загрожує кризою, тому в сучасному управлінні все більшу роль відіграє передбачення, прогнозування, яке є початковими етапами в традиційних схемах бюджетування. Але сьогодні прогнозування тільки на інтуїції, досвіді, простої екстраполяції на майбутнє поточних подій не вирішує проблеми. Адекватне прогнозування передбачає пошук шляхів, що робить управління ефективним, стійким, життєздатним та адаптованим до будь-яких змін. На наш погляд, нормативна база планування має включати такі елементи, як стратегічні параметри розвитку (стратегічні цілі, стратегії, принципи), з яких важлива роль відведена визначенню оптимального обсягу бізнесу. та ресурси підприємства (кадровий потенціал, виробничі фонди, інвестиції, інформаційні ресурси, час і т.д.). Важливо враховувати ті фактори, які можуть продукувати відхилення від бажаного, запланованого стану, та фактори сприятливих можливостей. На нашу думку, проблемні зони можна згрупувати на функціональні (виробництво, постачання, маркетинг, капітальне будівництво та експлуатація, соціальна, екологічна, інноваційна діяльність), ресурсні (кадри, фінанси, основні фонди, матеріали, інформація та ін.), часові (сезонність).

При прогнозуванні діяльності таких підприємств, слід враховувати одну з головних особливостей санаторно-курортних закладів, а саме те, що від роботи персоналу значною мірою залежить реалізація планів (фінансових, інноваційних, маркетингових) підприємства, а також його конкурентоспроможність на ринку. Можна витратити великі кошти на сучасне обладнання, дизайн закладу, провести потужну рекламну кампанію на спеціалізованому ринку, проте, як показує досвід, дані заходи не окупляться, якщо персонал не належно виконує свої обов'язки. Місія, мета та цілі діяльності підприємства повинні визначати причину та сферу його існування, об'єднувати зусилля працівників, окреслювати загальний діапазон обов'язків, сприяти тому, щоб всі працівники відчували себе єдиною командою, при цьому кожен з них усвідомлював свою роль для досягнення цілей підприємства; планування маркетингу; сегментувати ринок, що дозволить виділити цільові аудиторії, з якими підприємство буде працювати та в яких сегментах і як буде позиціонувати власний продукт; управління якістю послуг; створення нових продуктів та послуг; управління персоналом; використання каналів розподілу послуг; комунікаційну політику.

Основна частина доходів санаторно-курортного підприємства – це надходження від реалізації санаторно-курортних послуг, які, в свою чергу, розподіляються на послуги, що надаються за санаторно-курортними путівками, та додаткові послуги (лікувальні, харчування, проживання). Певні особливості за ознакою груп споживачів має структура реалізації санаторно-курортних послуг, що обумовлює ступінь їх прогнозованості. Найбільш стабільною, але не найбільшою, є група споживачів, представлена підприємствами, що купують путівки за заздалегідь укладеними договорами, в яких чітко обумовлені ціна, обсяг, терміни надання послуг. Група, яку умовно можна назвати «соціальні фонди», генерує найбільший ринок споживачів, однак в сучасних умовах попит цього сегменту стає все менш стабільним, має тенденцію до скорочення. Найменш передбачуваними є сегменти, представлені підприємствами, що купують путівки для своїх працівників за разовими заявками, туристичними фірмами (туроператорами, турагентами), які також купують путівки за заявками, при наявності попиту, та індивідуальні покупці, які, в свою чергу, можна умовно розподілити на таких, що приїжджають регулярно та, відповідно, свої попередні заявки виконують, та таких, що вперше відвідують санаторій (це менш надійна частина сегменту), які в сукупності становлять до 30% всього обсягу споживачів. Враховуючи складність структури ринку споживачів санаторно-курортних послуг (як за путівками, так і додаткових) та пов'язані з цим певні труднощі, що виникають у складанні планів реалізації, які відповідали б реальним обсягам в майбутньому, можна зробити припущення про доцільність застосування методів адаптивного прогнозування обсягів обслуговування за аналогією з прогнозуванням доходів. Невід'ємною складовою процесу управління розвитком є організація виконання розроблених планів, контроль їх виконання, регулювання та координація, реалізація мотивації як важливої функції управління персоналом.

Таким чином, управління розвитком підприємств сфери послуг повинно враховувати невизначеність середовища функціонування і забезпечувати їх гнучкість як системи, має «загострювати» відчуття змін та перетворень у напрямку забезпечення довгострокової діяльності. Для успішної діяльності на ринку та забезпечення конкурентоспроможності закладів необхідна цілеспрямована робота з персоналом, який є визначальним ресурсом, впливає на внутрішню культуру обслуговування, конкурентоспроможність і на зовнішню політику підприємства.

Список використаних джерел:

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент.- СПб. : Питер, 2009. – 344 с.
2. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://books.efaculty.kiev.ua/men/4/>.
3. Балабанова О. І. Механізми управління розвитком підприємств сфери послуг//Ефективна економіка [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=75>,

*Мархайчук М.М., аспірантка кафедри економіки та управління
Донбаський державний технічний університет*

РИЗИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування промислових підприємств в умовах невизначеності майбутніх подій у зовнішньому та внутрішньому середовищі обумовлює необхідність врахування чисельних ризиків у фінансово-господарській діяльності. Впровадження інноваційних технологій виробництва, а також нарощування потужностей або просте відтворення основних фондів, вимагає розроблення адекватних сучасності інвестиційних стратегій розвитку суб'єктів господарювання. Важливими складовими стратегії інвестування є ідентифікація, оцінка та зменшення ризиків її реалізації. Наявність підвищеної невизначеності умов діяльності українських підприємств обумовлює необхідність гнучкого управління інвестиційними ризиками, що надає темі дослідження надзвичайної актуальності.

Теоретичні засади та практичні аспекти інвестиційного ризик-менеджменту досліджували: І. А. Бланк, Л. Є. Басовський і О. Н. Басовська, І. А. Бузова, О. А. Лактіонова, М. М. Матієнко, Г. А. Маховікова, В. М. Павлюченко, М. І. Ример, В. В. Терехова, В. В. Шапіро, В. В. Шеремет, О. М. Ястремська та ін. Вченими розроблені докладні класифікації інвестиційних ризиків, методики оцінки ризиків інвестиційних проектів, розглянуті інструменти зменшення або усунення ризиків та ін. Разом з тим, питання управління ризиками інвестиційної стратегії, яка є довгостроковим планом розвитку підприємства, а тому включає велику кількість проектів, запланованих до реалізації у різних часових проміжках та з різними життєвими циклами, потребує подальшого теоретичного дослідження та розробки відповідного аналітичного інструментарію.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних аспектів управління ризиками інвестиційної стратегії, розробка підходу до ідентифікації та кількісної оцінки ризиків інвестиційної стратегії.

Ризик в процесі інвестування визначається як економічна категорія, що має об'єктивно-суб'єктивну природу і характеризує міру невизначеності настання об'єктивних подій або отримання суб'єктивно очікуваного результату від інвестиційної діяльності під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища суб'єкта господарювання. Ключові ознаки інвестиційного ризику – це невизначеність дії ринкових факторів у даний час та у майбутньому, можливість настання несприятливої події, ймовірність втрат активів, неотримання очікуваного прибутку, об'єктивна необхідність здійснення негативних або несприятливих заходів, суб'єктивне сприйняття подій [2].

Довгострокові цілі інвестиційної діяльності досягаються шляхом виконання сукупності інвестиційних проектів, які мають різні строки початку та кінця реалізації, а також пов'язані з різними ризиками, що діють у різних часових проміжках. Проекти можуть бути пов'язані між собою або ні. Тим не менш інвестиційні ризики, які генеруються під час реалізації проектів, діють на об'єкт господарювання у сукупності, тому доцільно розглядати проекти на

предмет ризикованості не кожний окремо, а у взаємозв'язку, з урахуванням стратегічних цілей інвестиційної діяльності підприємства.

Таким чином, ризики інвестиційної стратегії мають ту особливість, що включають невизначеності умов реалізації чисельних інвестиційних проектів, пов'язаних та непов'язаних, розрізнених у часі та таких, що мають різний життєвий цикл. Ця особливість, з одного боку, ускладнює визначення ризику інвестиційної стратегії, а з іншого боку, за наявності адекватного інструментарію оцінки ризику, дає можливість досягти більш гнучкого управління ризиками в силу комплексності управління інвестиційними ризиками на відміну від управління ризиками окремих проектів.

Враховуючи наведені вище особливості, ризик інвестиційної стратегії варто визначити як економічну категорію, що характеризує ймовірність виникнення несприятливих наслідків у формі втрати очікуваного інвестиційного доходу або неотримання інших результатів від інвестиційної діяльності в ситуації невизначеності умов реалізації сукупності розрізнених у часі пов'язаних та непов'язаних між собою інвестиційних проектів, що мають різний життєвий цикл. З цього випливає, що при реалізації інвестиційних проектів, ризик не є постійним у часі. По-перше, кожний окремий інвестиційний проект має свій власний рівень ризику, що формується під впливом різних чинників, які можуть не мати впливу на інші проекти, по-друге, навіть для окремого проекту ризик є змінним у часі і тим більш не є постійним для сукупності проектів. Він різний на початку реалізації та наприкінці. Відомо, що багато проектів стикаються з ризиком не завершення реалізації наприкінці. А неможливість закінчення проекту означає для підприємства втрату коштів, які вже були витрачені на реалізацію проекту. Тоді господарюючий суб'єкт застосовує стратегії виходу з проекту, вчасне розуміння необхідності якої допомагає підприємству запобігти додаткових витрат, пов'язаних із проектом, який у процесі виконання виявився збитковим.

Практично всі проекти відчувають вплив загальноекономічних чинників і змінюються під їх впливом. Це призводить до того, що їх взаємна кореляція є цілком помітною величиною. Ця взаємна кореляція обумовлює так званий ринковий, або систематичний ризик портфеля, його також називають ризиком, що не диверсифікується. Систематичний ризик – мінімальний рівень ризику портфеля, якого можна досягти при диверсифікації з великою кількістю довільно вибраних проектів. Іншими словами, систематичний ризик породжується загальними ринковими та економічними умовами, і цей ризик не може бути повністю диверсифікований. Звичайно, в силу особливостей проектів кожен проект відчуває свої коливання ефективності, іноді абсолютно не пов'язані з загальноринковими. Ці коливання зумовлюють так званий індивідуальний, або несистематичний ризик проекту [1, с. 28]. Слід відмітити, що систематичний ризик не є однаковим для всього портфелю проектів. Це пояснюється тим, що на різні проекти мають безпосередній вплив різні загальноекономічні чинники. І далеко не завжди всі одразу. Більше того, це стосується і окремих складових проектів.

Отже, інвестиційні ризики, що виникають внаслідок впливу загальноекономічних та індивідуальних чинників діють на різних етапах реалізації проектів. Тому для більш точної оцінки їхнього впливу на реалізацію інвестиційної стратегії доцільно здійснити декомпозицію проектів інвестування на ключові елементи. Тоді оцінку ризиків інвестиційної стратегії можна проводити за наступними етапами:

1. Декомпозиція сукупності інвестиційних проектів стратегії на ключові складові (окремі роботи за проектами або етапи проектів).
2. Визначення чинників ризику, що мають вплив на складові частини проектів.
3. Ідентифікація типів ризику на основі визначених чинників та визначення часових інтервалів їхньої дії.
4. Кількісна оцінка можливих втрат за кожним типом ризику у всіх часових інтервалах та за всіма ключовими складовими проектів.
5. Розрахунок інвестиційних ризиків за часовими інтервалами.
6. Розрахунок сукупного ризику інвестиційної стратегії.

За результатами дослідження обґрунтовано необхідність виокремлення економічної категорії ризиків інвестиційної стратегії підприємства, яка характеризує ймовірність виникнення несприятливих наслідків у формі втрати очікуваного інвестиційного доходу або неотримання інших результатів від інвестиційної діяльності в ситуації невизначеності умов реалізації сукупності розрізнених у часі пов'язаних та непов'язаних між собою інвестиційних проектів, що мають різний життєвий цикл. При оцінюванні ризиків інвестиційної стратегії пропонується враховувати мінливість ризиків у часі.

Список використаних джерел:

1. Плотников С. В. Стратегии управления инвестициями в строительстве и риски инвестора / С. В. Плотников. // Труды российских ученых. – 2008. – № 3. – С. 24-30.
2. Ястремська О. М. Ризик у процесі інвестиційної діяльності / О. М. Ястремська // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – Донецьк, ДонНТУ, 2007. – Випуск 31-1 (117). – С. 56-60.

УДК 336

Овчаренко Л.В., студентка групи 6-МО(З)

Куценко М.О., ст.викладач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Планування – процес визначення цілей підприємства, які воно передбачає досягти за певний період, а також способів досягнення поставлених цілей. Термін планування охоплює постановку організаційних цілей, розробку загальної стратегії досягнення цих цілей і розвиток загальної ієрархії планів інтегрування та координації діяльності.

Сутність планування, як функції управління підприємством, полягає в обґрунтуванні цілей і шляхів їх досягнення на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також визначення ефективних методів, способів і ресурсів усіх видів, необхідних для виконання цих завдань та встановлення їх

взаємозв'язку. Планування є основною ланкою та організаційним початком всього процесу реалізації цілей підприємства.

Планування дає змогу виявити проблеми, що існують на ринку, і намітити необхідні заходи для їх подолання в майбутньому. Саме планування зменшує невизначеність в діяльності підприємства, спонукаючи менеджерів передбачати наслідки зміни та ефективно на них реагувати. Підприємство самостійно здійснює весь комплекс робіт з планування діяльності і має чітко контролювати виконання розроблених планів.

Планування розпочинається із розробки загальних цілей, далі визначаються конкретні, деталізовані цілі на заданий період, визначаються шляхи та засоби їх досягнення, і нарешті, здійснюється контроль за досягненням поставлених цілей. При цьому планування, передбачаючи майбутнє, завжди ґрунтується на визначених гіпотезах стану оточуючого середовища.

Планування роботи підприємства має бути побудовано так, щоб кінцевою метою стало підвищення ефективності його діяльності. Проте за такого визначення головної мети планування дискусійним є питання ефективності діяльності підприємства. Адже ефективність може розглядатися і в плані максимізації прибутку, і в плані росту ринкової вартості підприємства, захоплення ринку та іншими цілями.

Найважливішою функцією управління підприємством є планування його діяльності. Планування являє собою процес визначення цілей, які підприємство передбачає досягти за певний період, а також засобів, шляхів та умов їх досягнення.

Кожне підприємство, починаючи свою діяльність, зобов'язане чітко представляти потребу на перспективу у фінансових, трудових і інтелектуальних ресурсах, джерела їхнього одержання, а також уміти точно розраховувати ефективність використання наявних засобів у процесі роботи свого підприємства.

У ринковій економіці підприємці не можуть домогтися стабільного успіху, якщо не будуть чітко й ефективно планувати свою діяльність, постійно збирати й акумулювати інформацію як про стан цільових ринків, положенні на них конкурентів, так і про власні перспективи і можливості.

При плануванні діяльності підприємства використовують різні методи, вибираючи які слід урахувати певні вимоги до них. Методи планування мають відповідати зовнішнім умовам господарювання, особливостям різних станів процесу становлення та розвитку ринкових відносин; урахувати специфіку діяльності об'єктів планування та різноманітність засобів і шляхів досягнення основної підприємницької мети — збільшення прибутку (валового доходу).

Методи планування повинні: по-перше, бути адекватними зовнішнім умовам господарювання, особливостям різних етапів процесу становлення та розвитку ринкових відносин; по-друге, найбільш повно враховувати профіль діяльності об'єкта планування та різноманітність в засобах та шляхах досягнення основної підприємницької мети – збільшення прибутку; по-третє,

відрізнитися в залежності від виду розроблюваного плану. Більшість відомих методів планування можна класифікувати за різними ознаками.

Принципи планування — це основні правила (теоретичні посилення), які необхідно виконувати, щоб у процесі планування створити передумови для розробки оптимального плану.

Призначення планування як функції управління полягає в намаганні завчасно врахувати за можливістю всі внутрішні і зовнішні фактори, що забезпечують сприятливі умови для нормального функціонування і розвитку підприємства. Воно передбачає розробку комплексу заходів, які визначають послідовність досягнення конкретних цілей з урахуванням можливостей найефективнішого використання ресурсів кожним виробничим підрозділом і всією фірмою.

Зазначимо, що на сьогоднішній день в умовах розвитку конкурентного середовища бізнес-план став важливим елементом діяльності будь-якого підприємства, так як бізнес-план є основою формування конкурентної позиції підприємства. Насамперед слід зазначити, що бізнес-план – це поширений у ринковій економіці інструмент планування, основа конкретної маркетингової, фінансової, матеріально-технічної, кадрової політики ведення власного бізнесу.

Бізнес-планування включає в себе три етапи:

- підготовчий період – підбір виконавців, консультантів та експертів, постановка завдання і розподіл обов'язків між виконавцями, розробка календарного плану (графіка) виконання робіт, збір вихідної інформації;
- розробка бізнес-плану;
- презентація бізнес-плану – доведення основних положень бізнес плану до потенційних інвесторів.

Наведемо архітектурну побудову процесу розробки бізнес-плану, його цілі та учасників на рис. 1.

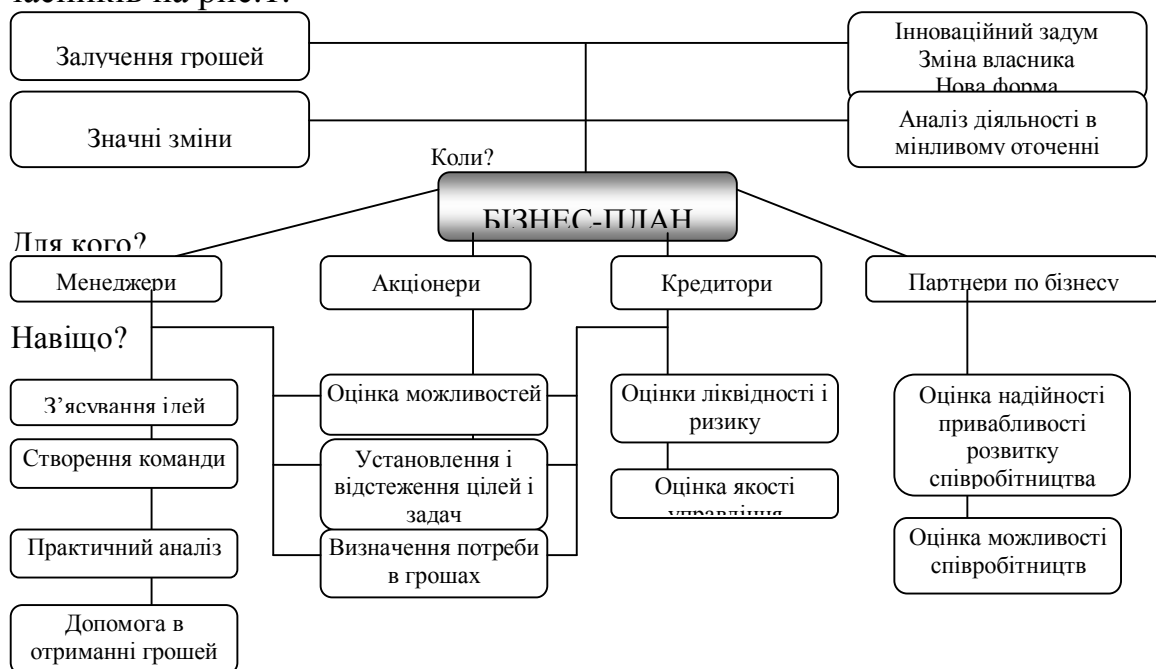


Рис.1 Архітектурна побудова процесу розробки бізнес-плану

За сучасних умов господарювання бізнес-план практично є робочим інструментом, що використовується в усіх сферах підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Белов М.А. Планування діяльності підприємства / М.А. Белов, Н.М. Євдокимова – К.: КНЕУ, 2002. – 252с.
2. Пасічник В.Г. Планування діяльності підприємства / В.Г. Пасічник, О.В. Акіліна / Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 256 с.
3. Свінцицька О.М. Планування діяльності підприємства / О.М. Свінцицька – К.: Видавництво Європейського університету, 2004. – 232с.
4. Тарасюк Г.М. Планування діяльності підприємства / Г.М. Тарасюк – К. – 2003. – 427с.
5. Швайка Л.А. Планування діяльності підприємства / Л.А. Швайка – Л.: Новий Світ – 2000, 2003. – 268с.

УДК 334.738(477)

Олійник К.А., аспірант

Уманський державний педагогічний університет ім. П. Тичини **ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СИСТЕМИ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ НА СЕЛІ**

В сучасних умовах реформування економіки України значна роль відводиться вдосконаленню фінансово – кредитного забезпечення та обслуговування сільськогосподарських товаровиробників, в тому числі й малих агропідприємств. У зв'язку з цим повинна звертатися увага на формування ефективної системи сільської кредитної кооперації, як сукупності взаємодіючих кооперативних структур, які реалізують кредитні відносини з метою забезпечення фінансових потреб суб'єктів малого і середнього підприємництва на селі.

Однією з передумов розвитку кредитної кооперації на селі можна вважати формування нових структур в аграрному секторі економіки України, що є результатом проведення аграрної реформи 90- х років. Однак, найбільшим стримуючим фактором розвитку створених малих аграрних підприємств є нестача фінансових ресурсів та неефективна державна підтримка.

Створенню сільських кредитних кооперативів сприяли:

- переміщення сільськогосподарського виробництва в дрібнотоварний сектор аграрної економіки;
- скорочення прибутків від реалізації сільськогосподарської продукції;
- диспаритет цін на сільськогосподарську продукцію;
- погіршення фінансового стану й збільшення кількості збиткових підприємств;
- збільшення попиту на кредитні ресурси й розширення потреб ринку;
- податковий тягар;
- потреба у переході до інноваційних та інтенсивних форм ведення сільського господарства.

Під організацією взагалі розуміється сукупність процесів або дій, які призводять до утворення та вдосконалення взаємозв'язків між складовими частинами єдиної цілісної системи. Організаційно – економічне регулювання кредитної кооперації – це «цілеспрямований» вплив держави та «механістичний» – за законами ринкової економіки, за допомогою якого досягається стабілізація функціонування даної системи [1].

Розвиток сільської кредитної кооперації є одним з найважливіших напрямів діяльності фінансово – кредитного механізму в АПК України. І цілком закономірно, що сільській кредитній кооперації у багатьох регіонах надається особливе значення. Сільські кредитні кооперативи є джерелом поповнення обігових засобів і першочергового капіталу для малого та середнього бізнесу, покликаною вирішувати проблеми інфраструктури села, підвищення зайнятості сільського населення і залучення робочої сили до сільськогосподарського виробництва. При належно працюючій кредитній системі розширюється коло приватних інвесторів, зацікавлених у можливості вигідно і надійно вкласти свої збереження в сільськогосподарське виробництво, що підтверджує особливу значущість кредитної кооперації у вирішенні проблем розвитку сільського господарства [2].

В свою чергу, на розвиток кредитної кооперації впливають:

- соціальні фактори (діяльність кооперативу спрямована на задоволення потреб його членів, а значить базується на їхніх інтересах у підвищенні якості життя та забезпеченням соціальними гарантіями);
- економічні фактори (розвиток кредитної кооперації неможливий без розгляду ринкового аспекту, розвитку конкуренції, можливості одержання прибутку);
- політичні фактори (розробка та реалізація національних та регіональних програм);
- правові фактори (вдосконалення нормативно – законодавчої бази).

Основною метою діяльності сільського кредитного кооперативу є забезпечення та підтримка інтересів його членів, так як вони вносять внески для формування засобів свого кооперативу та контролюють їх використання. Отже, кооперативи є саморегульованими організаціями, контроль за діяльністю яких здійснюють їх члени. Кооперативи можуть співпрацювати з іншими підприємницькими структурами й державою при умові, що така співпраця гарантує збереження самостійності в управлінні та демократичного контролю. Також, з метою стійкого розвитку та забезпечення задоволення інтересів та потреб своїх членів кооператив може активно співпрацювати з іншими кооперативами на всіх рівнях ієрархії.

Кооперативна діяльність відрізняється від інших видів за такими ознаками:

- особи, які фінансують кооператив та володіють частиною його майна є його членами (клієнтами);
- члени кооперативу, які користуються його послугами одночасно здійснюють контроль за його діяльністю;
- прибуток розподіляється між членами кооперативу пропорційно до величини їх участі у його діяльності.

Отже, сільський кооператив можна розглядати як організацію людей з обмеженими фінансовими можливостями, які об'єднуються з метою спільної діяльності, спрямованої на покращення свого фінансового стану та подальшого розвитку.

Сучасні грошово-кредитні відносини неможливі без діяльності небанківських фінансово-кредитних установ, особливим різновидом яких є

кредитні кооперативи, розвиток яких дозволить малим аграрним підприємствам отримати доступні кредити на вигідних умовах. Організація діяльності кредитних кооперативів оснований на принципах самоуправління, рівності членів, найбільш прийнятна до забезпечення потреб малого агробізнесу у порівнянні з іншими фінансово-кредитними установами.

Розвиток сільської кредитної кооперації як форми фінансово – кредитної підтримки дрібного сільськогосподарського товаровиробника забезпечить:

- покращення стану агропромислового комплексу;
- підвищення зайнятості та рівня доходів сільського населення;
- розвиток сільських територій;
- формування середнього класу та вирішення соціальних проблем сільських поселень;
- розширення доступу до кредитних ресурсів як суб'єктам малого підприємництва на селі, так і, іншим категоріям позичальників.

Метою розвитку системи кредитної кооперації є розроблення та запровадження ефективного ринкового механізму фінансування населення, передусім у сільській місцевості, зокрема суб'єктів малого підприємництва та фермерських господарств, забезпечення надійної роботи фінансових установ, максимально наближених до споживачів фінансових послуг, створення умов для довгострокового кредитування із застосуванням сучасних фінансових інструментів та ринкової інфраструктури, що дають змогу поступово знизити вартість кредитів [3].

Кредитна кооперація на селі є специфічною формою кооперації, оскільки об'єктом її управління є фінансові потоки, а не матеріальні як в інших видах кооперації. Відповідно, кредитні кооперативи можна розглядати як фінансові інститути, котрі відіграють значну роль та є складовою фінансово - кредитної системи країни.

Список використаних джерел:

1. *Кредитная кооперация: теория и практика: Научное издание / В.М. Пахомов.- М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2002.- С.5*
2. *Мельник К.М. Развитие сельскогосподарских кредитных кооперативов / К.М. Мельник // Экономика АПК. – 2003. – №2. – С.75*
3. *Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку системи кредитної кооперації» від 7.06.2006р., № 321-р» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>*

УДК 338.24

Полуянов В.П., д.э.н., профессор

АДИ ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ УРОВНЯ РАСХОДОВ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА ОПЛАТУ УСЛУГ ЖКХ

Одним из условий привлечения частных инвестиций в жилищно-коммунальное хозяйство является проведение сбалансированной тарифной политики. Тариф должен, с одной стороны, обеспечивать рентабельную работу поставщика услуг, а, с другой стороны, удовлетворять условиям платежеспособности населения. Ориентация на платежеспособный спрос является камнем преткновения в отношении Украины с иностранными

финансовыми институтами, которые не признают целесообразности подобного отношения к формированию тарифной политики на услуги ЖКХ. Поэтому актуальным является проблема определения того максимального уровня расходов домашних хозяйств (при заданном уровне платежеспособности населения), при котором обеспечивается максимально возможный тариф.

Структуру расходов домашних хозяйств, ее динамику под влиянием изменения уровня тарифов, а также сравнительный анализ расходов домашних хозяйств различных стран изучали И. Башмаков, А.М. Гордиюк, А.С. Некрасов, Л.В. Родичева, О.М. Савчук, В.В. Семикашев, В.М. Фомишина, Л.М. Черчик и др. В этих, а также в других работах, хотя и исследованы отдельные вопросы формирования расходов домохозяйств на жилищно-коммунальные услуги, однако проблема установления количественных пропорций платежеспособности населения еще не решена в полной мере.

Цель работы состоит в проверке гипотезы о существовании существенных различий в структуре расходов домохозяйств отдельных стран на жилищно-коммунальные услуги.

Международные статистические организации, в том числе и Евростат, расходы домохозяйств группируют согласно классификатору кодов индивидуального потребления по целям – КИПЦ (в английской транскрипции - COICOP - Classification of Individual Consumption According to Purpose). Этот классификатор предполагает, что все расходы домашних хозяйств относятся к индивидуальному потреблению и делятся на 12 групп в соответствии с целями, на которые эти расходы предназначены.

Аналогичный отечественный классификатор введен в действие с 1 января 2008 года согласно Приказу государственного комитета статистики Украины № 480 от 29.12.2007. Классификатор полностью гармонизирован с COICOP.

База данных Евростата содержит данные по всем странам Европейского Союза в разрезе различных групп и подгрупп приведенного выше классификатора. На основании соответствующих запросов были получены исходные данные для расчетов, результаты которых приведены ниже.

В среднем на одного жителя стран Европы расходы домашних хозяйств за весь исследуемый период достаточно стабильны и находятся в пределах 12-13 тыс. евро в год. Ряд экономически мощных стран, таких как Австрия, Англия, Германия, Италия, Нидерланды, Норвегия, Финляндия, Франция, Швеция, превышают данный показатель. Следует также указать на значительный разрыв в уровне расходов на одного жителя. В 2009 году каждый англичанин расходовал 19262,9 евро, а на каждого жителя Румынии приходилось 2509,08 евро, что в 5 раз меньше. Однако этот разрыв имеет тенденцию к сокращению, о чем говорит ряд его значений: 2002 - 12,5 раз; 2003 - 11,8; 2004 - 10,5; 2005 - 9,7; 2006 - 8,7; 2007 – 7,9; 2008 – 7,2 раза.

За весь исследуемый период в среднем в структуре расходов домохозяйств Европы удельный вес по статье 4 КИПЦ (жилищные услуги, вода, электричество, газ и другие виды топлива) находился в пределах 21-22%. В целом Германия, Польша, Швеция, Финляндия и Франция превышали это показатель по всем годам исследуемого периода, а такие страны, как Эстония,

Румыния, Словакия и Латвия – в отдельные периоды времени. Наименьший удельный вес расходы на жилищно-коммунальное хозяйство занимают в структуре расходов жителей Португалии, наибольший – Швеции. При этом соотношение максимального удельного веса к минимальному находится в пределах 2,1-2,3 за весь исследуемый период.

Изучение классификаторов показало, что Евростат в своих расчетах в оплату жилищно-коммунальных услуг включает значения показателей код 04.1 - фактическая арендная плата за жилье и код 04.2 - условно исчисленная арендная плата за жилищные услуги, которые не используются при аналогичных расчетах в России и в Украине. Изучение статистических данных показало, что расходы по аренде помещений составляют в среднем по странам Европейского Союза чуть более 4% от суммы общих расходов (или порядка 20% от расходов по статье 04 КИПЦ - жилищные услуги, вода, электричество, газ и другие виды топлива). Расходы по аренде помещений составляют в среднем по странам Европейского Союза около 11% от суммы общих расходов (или порядка 50% от расходов по статье 04 КИПЦ - жилищные услуги, вода, электричество, газ и другие виды топлива).

На остальные 30% расходов жителей европейских стран на ЖКХ относятся расходы по статьям 04.3 (обслуживание и ремонт жилых помещений), 04.4 (водоснабжение и другие услуги, связанные с содержанием жилых помещений) и 04.5 (электричество, газ и другие виды топлива). В среднем эти расходы составили соответственно в размере около 6; 7; 17%% от расходов на ЖКХ или 1,3; 1,5; и 3,7%% от общих.

В связи с этим осуществлен расчет показателя, содержащего суммарное количественное значение показателя уровня оплаты по статьям 04.3, 04.4 и 04.5 КИПЦ (т.е. из суммарных расходов жителей Евросоюза исключены значения показателей 4.1 - фактическая арендная плата за жилье и 4.2 - условно исчисленная арендная плата за жилищные услуги).

В табл. 1 сведены данные по удельному весу расходов на оплату жилищно-коммунальных услуг в расходах домохозяйств соответствующих стран. Для европейских стран приведены два показателя: с учетом значений по статьям 4.1 и 4.2 КИПЦ, и без учета этих значений.

Таблица 1

Удельный вес расходов на оплату услуг ЖКХ в структуре расходов домохозяйств некоторых стран

Годы	Страны Европы с учетом показателей по статьям 4.1-4.5 КИПЦ	Страны Европы с учетом показателей по статьям 4.3-4.5 КИПЦ	Украина	Россия
2003	21,53	6,52	10,40	10,50
2004	21,49	6,56	9,70	10,80
2005	21,48	6,55	8,50	11,30
2006	21,36	6,49	9,60	12,10
2007	21,18	6,29	10,90	11,60
2008	21,58	6,48	9,10	10,40
2009	22,02	6,44	9,40	10,80
2010	21,72	6,38	9,30	11,30

Значения показателей по странам Европы за 2010 г. ввиду их отсутствия в базе данных Евросоюза на момент подготовки материала, получены путем трендового прогноза.

Средний удельный вес расходов на оплату услуг ЖКХ по данным исследуемого периода составил: по странам Европы - 6,46%, Украина - 9,61%, Россия - 11,10%. Расчетное значение t-критерия для пары: страны Европы - Украина - 2,68; страны Европы – Россия - 2,93; Украина-Россия – 0,79. Табличное значение t-критерия Стьюдента при 5% уровне значимости и числе степеней свободы 7 составляет 2,3646. Это означает, что между средним удельным весом расходов на оплату услуг ЖКХ в структуре расходов домашних хозяйств России и Украины отсутствуют статистически значимые различия. Но в отношении стран Европы такие различия на момент проведения исследования следует признать статистически значимыми (существенными).

Таким образом, настоящий момент существуют статистически значимые различия среднего уровня расходов на оплату услуг ЖКХ в структуре расходов домохозяйств стран Европы, с одной стороны, и Российской Федерации и Украины, с другой стороны. Между аналогичными показателями России и Украины статистически значимых различий нет. Устоявшийся в течение длительного периода времени уровень расходов на оплату услуг ЖКХ по странам Европы является по своей сути предельным, а потому его превышение ведет к нарастанию негативных последствий (росту неплатежей, ухудшению условий жизни, росту социальной напряженности и т.д.), структуру и влияние которых еще предстоит изучить. При регулировании тарифов для предприятий ЖКХ Украины целесообразно отслеживать уровень платежеспособности отдельных групп населения с той целью, чтобы рост тарифов не приводил к росту удельного веса расходов на оплату услуг ЖКХ в структуре потребления домохозяйств; в качестве нормативного уровня целесообразно использовать Западный.

УДК 330.322

*Полуянова Е.И., к.э.н., доц. кафедры «Экономика и финансы»
АДИ ГВУЗ «Донецкий национальный технический университет»*

КОРРЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ОБЪЕМА ИНВЕСТИЦИЙ НА ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИК

Прямые иностранные инвестиции с каждым годом играют все более значительную роль во всем мире. В связи с этим важным является определить место Украины в мировом инвестиционном процессе и выяснить факторы, которые влияют на положительные тенденции в данной сфере.

Проблемам инвестирования в целом уделяется серьезное внимание как со стороны зарубежных, так и отечественных ученых, среди которых С.В. Богачев, А.В. Гриньов, Б.В. Губський, И. Дравик, В.В. Козюк, К.В. Лысенко, Д.Г. Лукьяненко, Ю.В. Макогон, В.В. Мельник, О.М.Мозговой, І.Л. Сазонец, И.О. Тарлопов и др.

Цель работы состоит в установлении динамики и степени воздействия

объема инвестиционных вложений на отдельные показатели развития экономик различных стран мира.

Развитие мирового производства и рост ВВП невозможны без непрерывного и постоянного инвестирования, как со стороны государства, так и частного бизнеса в различные секторы экономики отдельных государств. При этом существенная роль принадлежит не столько государственным, сколько частным инвестициям. Так, в 2010 году совокупный ВВП всех стран мира составил 62,9 трлн. долл. США, из которых на долю общественного сектора приходилось 24%, а на долю частного – 76% или 47,8 трлн. долл. Транснациональными корпорациями произведено 15,6 трлн. долл. (или 25% от мирового производства), из которых 6,6 трлн. (10%) - продукция их зарубежных филиалов [1, с.25].

Для изучения влияния динамики инвестиционных вложений на отдельные показатели развития экономик различных стран мира, были использованы статистические данные об основных параметрах развития экономик различных стран и групп стран за 2001-2010 гг., которые сосредоточены в базе данных Международного Валютного Фонда World Economic Outlook Database, (электронный адрес <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/>).

За исследуемый период ежегодно в мире возрастало производство ВВП, за исключением 2009 года. В результате в 2010 г. в текущих ценах произведено в 1,97 раз в больше, чем в 2001г. (62,9 трлн. долл. против 32 трлн. долл.). При этом, развитые экономики увеличили объем производства в 1,62 раза, Европейские страны – в 1,92 раза, страны Европейского Союза в 1,89 раз, развивающиеся экономики – 3,25 раза, страны СНГ – в 4,78 раз, Россия – в 4,8 раза, Украина - в 3,63 раза.

Динамика данного показателя для развитых стран, Европейских стран, стран Европейского Союза и развивающихся стран приведена на рис. 1.

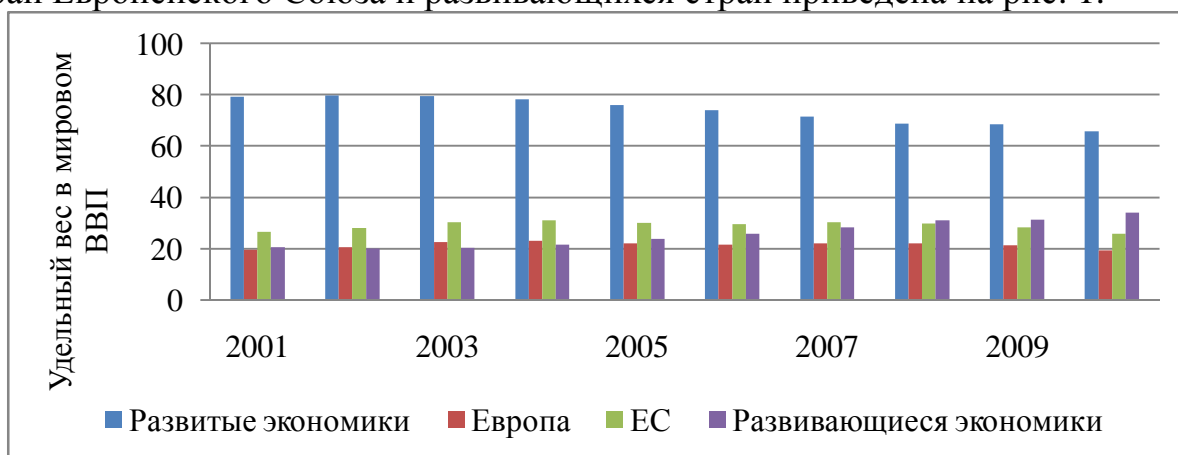


Рис. 1. Изменение удельного веса отдельных групп стран в мировом производстве ВВП

Аналогичные данные для стран Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ), СНГ, России и Украины приведены на рис. 2. Из рисунков хорошо видна динамика замедления темпов роста в развитых странах и увеличения во всех остальных. Исключением является 2009 год, когда наблюдается спад производства во всех странах, кроме развивающихся экономик.

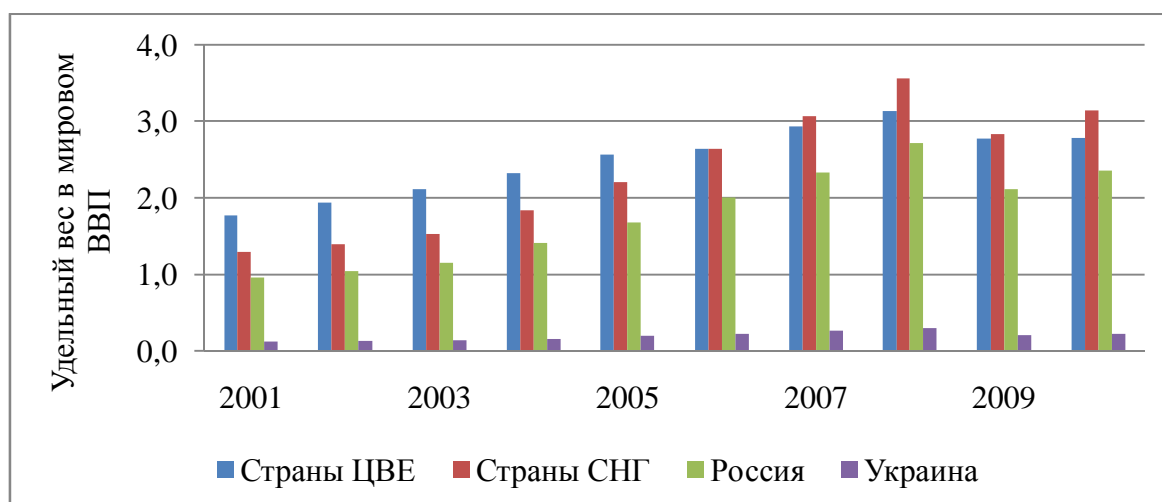


Рис. 2. Изменение удельного веса отдельных стран в мировом производстве ВВП

Уровень инвестиций определен показателем в процентах от ВВП. В целом по всей мировой экономике уровень инвестиций находится в диапазоне от 21,088% до 23,820%. При этом для экономик развитых стран этот показатель был ниже: от 17,755% до 21,658%. Страны Европы: от 18,917% до 22,473%; страны Европейского Союза: от 18,235% до 21,976%. Наибольшее значение данный показатель принимал для развивающихся экономик: от 24,220% до 31,121%. Страны ЦВЕ: от 19,148% до 24,971%; СНГ: от 18,951% до 26,705%; Россия: от 16,740% до 25,36%; Украина: от 17,06 до 28,21.

Между значениями показателя прироста инвестиций (в процентах к ВВП) и значениями показателей прироста ВВП, прироста инфляции и прироста безработицы рассчитан коэффициент линейной парной корреляции. Полученные результаты расчета сведены в табл.1.

Как следует из данных табл.1 для мировой экономики в целом, а также развитых стран, стран Европы и Европейского Союза между приростом инвестиций и приростом ВВП существует сильная положительная связь. Это подтверждает тот факт, что с приростом инвестиций увеличивается ВВП. Достаточно сильная положительная связь между приростом инвестиций и приростом инфляции, и сильная отрицательная связь с приростом безработицы.

Таблица 1

Корреляция между приростом инвестиций в процентах от ВВП и некоторыми показателями развития экономики

Регион, экономика	Прирост ВВП	Прирост инфляции	Прирост безработицы
Мир в целом	0,9562	0,7736	
Развитые экономики	0,9615	0,8176	-0,8546
Европа	0,9733	0,7455	-0,7984
Европейский Союз	0,9804	0,7656	
Развивающиеся экономики	0,4098	0,3894	
Центральная и Восточная Европа	0,9305	0,2460	
Страны СНГ	0,7889	0,0111	
Россия	0,9329	-0,1749	-0,5239
Украина	0,9303	0,5072	-0,7605

Для стран ЦВЕ, стран СНГ, России и Украины также подтверждена сильная связь между приростом инвестиций и приростом ВВП. Однако, прирост инвестиций для этих стран никак не отражается на изменении инфляции. Что касается прироста безработицы – то такая отрицательная связь обнаружена только для Украины. Для России расчет достоверности показал, что связь не является достаточно достоверной.

Изучение статистических данных за период с 2001 по 2010 гг. позволило установить, что в среднем в мировой экономике объем инвестиционных вложений составляет от 21 до 23 % от объема ВВП. При этом, для развитых экономик в целом, стран Европы и Европейского Союза он меньше среднего уровня. Для развивающихся экономик, стран ЦВЕ, СНГ, России и Украины – в отдельные периоды существенно превышал средний уровень.

С помощью коэффициента линейной парной корреляции для стран ЦВЕ, стран СНГ, России и Украины установлена сильная связь между приростом инвестиций и приростом ВВП. Кроме того, прирост инвестиций для развитых экономик приводит к росту инфляции и снижению безработицы. Для России и Украины такого эффекта не наблюдается.

Полученные результаты требуют установления пределов и последствий изменения данных показателей, что служат основанием для дальнейших исследований.

Список использованных источников:

1. World Investment Report 2011. Non-equity modes of international production and development. - New York and Geneva: United Nations Conference On Trade And Development, 2011. – 251 pp. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unctad-docs.org/files/UNCTAD-WIR2011-Full-en.pdf>

УДК 331.522.4

Пустовіт Д.В., студент групи 5 МО (3)

Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

Роль та функції малого підприємництва в суспільстві полягають у тому, що воно є одним з найважливіших дійових факторів економічного розвитку країни, яке опирається на ринкові методи господарювання. Мале підприємництво становить важливу функцію сприяння соціально-політичній стабілізації суспільства, відкриває простір вільному вибору напрямів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення власного добробуту громадян.

На думку групи вчених-економістів на чолі з Козаченко Г.В., мале підприємництво визначається як економіко-правова категорія, в компетенції якої знаходиться визначені форми власності і виділення функцій менеджменту, якими повинен оперувати підприємець. На їх думку, малий бізнес можна розглядати як похідну малого підприємництва який повинен включати і таку категорію, як спосіб реалізації підприємницького таланту [1, с.14].

З.Варналій визначає поняття мале підприємництво як самостійну, систематичну, ініціативну господарську діяльність малих підприємств та громадян підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь яка діяльність (виробнича, комерційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу [2, с.48].

Акіліна О.В. і Пасічник В.Г. вважають, що мале підприємство є „самостійним господарюючим суб'єктом, який може здійснювати усі види діяльності, не заборонені законодавством, на власний ризик з метою отримання доходу” [3, с.29].

Варналій З.С. пояснює, що малий бізнес – це діяльність будь яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою одержання прибутку.

На процес формування, розвитку та стабілізації роботи суб'єктів підприємницької діяльності у сфері малого підприємництва впливає велика кількість різноманітних факторів, які доцільно класифікувати за сферою та характером впливу [2, с.25].

Малий бізнес це один з провідних секторів економіки; є основою дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику внутрішнього валового продукту, ступінь демократизації суспільства; здійснює структурну перебудову економіки, швидко окупність затрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління; формує соціальний прошарок підприємців-власників основу середнього класу; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції.

Дійові методами активізації розвитку підприємств малого бізнесу є наступні:

1. Державно-адміністративні методи. Пропонується звести до мінімуму пряме втручання (регулювання підприємницької діяльності, контроль за діяльністю малих підприємств за умови не порушення законодавства) і максимізувати опосередковане (надання пільг кредитно-фінансовим установам, які займаються кредитуванням підприємницьких структур), сприяння розвитку інфраструктури бізнесу у регіоні.

2. Кредитно-економічні методи спрямовані на створення сприятливого кредитного середовища для розвитку підприємницької діяльності. На особливу увагу заслуговує забезпечення доступності кредитів і їх дешевизни.

3. Податкові методи – ефективним у даному випадку є оптимізація кількості податків, надання податкових пільг під конкретні проекти (вирішення регіональних і соціальних проблем, інвестицій у виробництво).

4. Страхові методи впливатимуть на активізацію розвитку малого бізнесу регіону через гарантію захисту майна підприємців. використання механізму страхування ризиків від впровадження нових технологій, екологічних, комерційних, фінансових, виробничих та інших ризиків [3, с.92].

Характерною рисою сучасного підприємництва є глобалізація економіки, яка привела до загострення конкуренції, насамперед, на ринку нових товарів та технологій. Дослідження розвитку інноваційної діяльності та управління малими формами її організації в Україні виявили проблеми управління у малому секторі економіки, які пов'язані з відсутністю відповідного досвіду. Необхідність швидкого розвитку економічного потенціалу і створення ефективної системи управління малими підприємствами зумовлена важливим місцем підприємництва у забезпеченні економічного розвитку країни. В умовах ринкових відносин суб'єкти малого підприємництва здатні гнучко і швидко реагувати на потреби споживачів, легко пристосовуватись до змін кон'юнктури ринку, освоювати нові технології, продукції і послуг, сприяти послабленню корпоративного монополізму, створювати додаткові робочі місця тощо.

Як свідчить історичний досвід та аналіз економічної літератури [3; 6], для перехідних економік більшості країн характерними є нестабільність, пошук шляхів стабілізації, подолання кризових явищ, вибір альтернатив розвитку економіки, пошук шляхів активізації інноваційної діяльності, вплив неекономічних чинників. В Україні, на думку Д.З. Перега, у перехідному періоді був значний потенціал розвитку підприємництва, який вже на початку реформ виявив тенденцію залучення значної кількості робочої сили, висококваліфікованих фахівців, зростання потреб у нових ідеях та новаціях, розробках у сфері виробництва.

Особливістю управління японських компаній є забезпечення постійного довгострокового зростання. Японські малі фірми використовують комплексний підхід до інноваційної діяльності: від системи «точно у строк» до «тотального контролю якості».

У західних країнах значний вплив на розвиток інноваційної діяльності мають інноваційні центри в межах наукової інфраструктури. Виявлено, що у світових центрах розміщення легкої промисловості, де сконцентровані технології, активно проводиться інноваційна діяльність.

Список використаних джерел:

1. Акіліна О.В., Пасічник В.Г. *Основи підприємництва (навчально-методичний комплекс). Навчальний посібник.* – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 176 с.
2. Балабанова Л.В., Сардак О.В. *Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації. Навч. пос.* – Донецьк.: Дон ДУЕТ, 2003.
3. Будзан Б.П. *Менеджмент: Навчально-методичні матеріали.* К.: МІМ, 2003. – 193 с.
4. Варналій З.С. *Основи підприємництва: Навч. посіб.* – 3-е вид., випр. і доп. – К.: Знання-Прес, 2006. – 350 с.
5. Володькіна М.В. *Стратегический менеджмент: Учебное пособие.* – К.: Знання-Прес, 2002. – 149 с.
6. Круглов М.И. *Стратегическое управление компанией.* – М.: Русская деловая литература, 1998.

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ БАНКІВ

Кризові явища, що відбуваються в банківській системі України, визначили першочергові напрямки щодо формування стратегічних орієнтирів, зокрема управління грошовими потоками банків.

Поступовий перехід до ринкових форм господарювання обумовив гостру необхідність розробки науково обґрунтованої і адаптованої до сучасної практики стратегії управління фінансовою діяльністю банків, серед яких особливої уваги заслуговує стратегічне управління грошовими потоками. Здійснення практично усіх видів банківських операцій опосередковане рухом грошових коштів у формі їх надходження та розподілу. Порушення цього руху призводить до негативних явищ у фінансовій діяльності банків.

Велике значення в розвитку теорії управління грошовими потоками мають розробки зарубіжних авторів Дж. Ван Хорна, Ю. Бріггема, Р. Брейлі, Б. Коласа, А. Кінга, Л. Павлової, А. Горбунова, Ю. Ямпольського і ін. Аналіз вітчизняних літературних джерел свідчить, що в них також приділяється значна увага концептуальним основам сутності й класифікації грошових потоків. Даним проблемам присвятили свої роботи українські вчені: І.А. Бланк, О.Д. Василик, М.І. Зверяков, А.Н. Поддерегин, В.М. Опарін, О.А. Терещенко, П.А. Лайко, О.В. Дзюблюк, Л.В. Кузнєцова, В.В. Коваленко.

Грошовий потік представляє собою сукупність послідовно розподілених у часі подій, пов'язаних з відокремленим та логічно завершеним фактом зміни власника грошових ресурсів через виконання зобов'язань між економічними агентами (суб'єктами господарювання, державою, домогосподарствами, міжнародними організаціями).

В залежності від класифікації видів банківських установ (за формою власності, формою організації, належністю капіталу, організаційною структурою, функціональним призначенням, розміром активів, секторами ринку, на якому діє банк, масштабністю операцій) передбачається градація стратегій щодо управління грошовими потоками банків.

Циклічний розвиток ринку банківських послуг вимагає подальшого дослідження питань розробки методів оцінки, вибору показників ефективності і критеріїв оптимізації управління грошовими потоками банків. Усе це обумовлює актуальність розробки стратегії управління грошовими потоками банків. Зазначені проблеми дозволили визначити мету й основні завдання даного дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методологічних засад функціонування системи управління грошовими потоками банків та розробка системи стратегічного управління грошовими потоками в залежності від класифікації видів банківських установ.

Для досягнення поставленої мети сформульовано наступні наукові завдання:

- теоретичне обґрунтування банку як підприємства, економічної сутності, принципи, функції, завдання управління грошовими потоками банків;
- виділити фактори, які впливають на формування грошових потоків;
- класифікувати грошові потоки в залежності від різних форм організації банківських установ;
- уточнити механізм формування грошових потоків;
- проаналізувати систему управління ризиками в банках;
- сформувати систему показників оцінки грошових потоків банків для стратегічного управління ними;
- обґрунтування показників ефективності управління операційними грошовими потоками;
- дослідити стратегії управління грошовими потоками в залежності від форми власності банків;
- сформувати оптимізаційну модель стратегічного управління грошовими потоками банків.

Об'єктом дослідження є процеси формування стратегічного управління грошовими потоками банків в залежності від напрямків діяльності банківських установ. Предметом дослідження є система стратегічного управління грошовими потоками банків.

Управління грошовими потоками – це динамічний багатоплановий процес, що передбачає велику кількість можливих варіантів фінансових рішень, які корегуються відповідно до умов ринкового середовища. Рішення та заходи по управлінню грошовими потоками, що розроблені та є ефективними для одного банку, можуть бути абсолютно недоцільними щодо їх реалізації – для іншого. .

Зазначене зумовлює багатоваріантність рішень та підходів, їх унікальність у кожній конкретній ситуації і повинні бути основою будь-якого управлінського процесу. Однак повинна бути сформована своєрідна модель управління, яка визначає основні її аспекти. До неї слід віднести організаційно-економічний механізм управління грошовими потоками банків.

Узагальнивши проведені різними авторами дослідження природи й визначення грошових потоків, ми відзначили наступні положення:

- грошові потоки обслуговують здійснення всіх видів господарської діяльності і є безумовним зовнішнім фактором функціонування банків;
- раціональне управління грошовими потоками забезпечує фінансова рівновага банків в ході його функціонування;
- якісно розроблена система управління грошовими потоками сприяє ритмічності й безперебійності здійснення операційної діяльності банків.
- ефективність управління грошовими потоками впливає на розвиток нових банківських напрямів діяльності.

Переваги використання грошових потоків як індикаторів ефективності діяльності банків на нашу думку, можна сформулювати таким чином:

- грошові потоки є більше об'єктивними й достовірними показниками діяльності, ними складніше маніпулювати, ніж фінансовими результатами;

- грошовий потік є збірним показником і містить у собі безліч надходжень і грошових виплат, а отже, грошовий потік можна розглядати і як агрегований показник, і за компонентами;

- грошовий потік характеризує ступінь забезпеченості потреб банків фінансовими ресурсами;

- грошовий потік є одночасно об'єктом і головним результатом управління банків;

- грошовий потік дозволяє оцінювати не тільки стан банків на окремий момент часу, але й тенденцію в розвитку.

Список використаних джерел:

1. Білик М.Д. Стратегічне управління та стратегії підприємства / М.Д. Білик // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2009. - №4. – С.143 – 150.
2. Ван Хорн Джеймс К. *Основи фінансового менеджмента*; пер. с англ. / Ван Хорн Джеймс К., Вахович м.л. Джон М. – [11-е изд.]. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 992 с.
3. Васюренко О.В. Фінансове управління потребує точного визначення окремих понять / О.В. Васюренко, Г.М. Азаренкова // *Фінанси України*. – 2003. – №3. – С.28-33.
4. Жежель Ю.В. Особенности анализа денежных потоков в современной теории и практике / Ю. В. Жежель // *Вестник СевГТУ*. – №92. – 2008. – С. 67-71.
5. Поддєрьогін А.М. Ефективність управління грошовими потоками підприємства / А.М. Поддєрьогін, Я.І. Невмержицький // *Фінанси України*. – 2007. – №11. – С.119-127.
6. Ямпольський Ю.П. Управление денежными потоками в условиях реструктуризации предприятий / Ю.П. Ямпольський. – СПб.: СПбГУЭФ, 2003. – 140 с.

УДК 338.981

**Смерічевська С.В., к.е.н., доц., зав. кафедрою менеджменту і логістики
Ібрагімхалілова Т.В., ст. викладач кафедри менеджменту і логістики
Донецька академія автомобільного транспорту**

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КЛАСТЕРНОЇ ПОЛІТИКИ РЕГІОНУ

Все більше значення у формуванні інноваційності окремих територіальних утворень в Україні набувають кластерні структури, побудовані на співробітництві підприємств, фінансово-кредитних установ, навчальних закладів та ін. У працях відомих зарубіжних учених чітко окреслено теоретичні засади утворення і функціонування кластерів, використання кластерних моделей для забезпечення конкурентоспроможності економіки, їх переваги та недоліки. Закордонний досвід може бути корисний для розробки національної стратегії кластеризації України, з комплексним дослідженням її соціально-економічного розвитку.

На підставі узагальнення світового досвіду кластеризації економіки нами була визначена етапність розробки і здійснення кластерної політики на регіональному рівні (табл.1).

У зв'язку з тим, що кластерна політика реалізується на регіональному рівні, доцільно визначити основні напрями регіональної кластерної політики. До них можна віднести:

- Проведення досліджень з метою виявлення наявності умов для формування потенційних кластерів в окремих регіонах країни. Можливо - проведення регіональних конкурсів на проведення подібних досліджень;

Етапи розробки і здійснення кластерної політики

Етапи реалізації кластерної політики	Характеристика змісту кожного конкретного етапу
I етап. Визначення суб'єкта та об'єкта кластерної політики, формулювання цілей і завдань	<p>Суб'єктами проведення кластерної політики є органи влади наднаціонального, національного, регіонального та місцевого рівня.</p> <p>Об'єктами кластерної політики є кластери різних типів.</p> <p>Основною метою національної (регіональної) кластерної політики є формування умов сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності національної (регіональної) конкурентоспроможності на основі стимулювання кластерів.</p> <p>Основною метою реалізації кластерної політики є забезпечення високих темпів економічного зростання та диверсифікації економіки за рахунок підвищення конкурентоспроможності підприємств, постачальників обладнання, комплектуючих, спеціалізованих виробничих та сервісних послуг, науково-дослідних та освітніх організацій, що утворюють територіально-виробничі кластери.</p> <p>Завдання кластерної політики:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Створення сприятливих умов для динамічної роботи ринків; - Створення обстановки, що забезпечує інновації завдяки формуванню проблемного бачення економіки; - Підвищення рівня обізнаності суб'єктів ринку про переваги кластерних взаємозв'язків; - Забезпечення підтримки схем стимулювання співробітництва в кластерах та ініціативних мережеских посередників, що знаходять організації для спільної діяльності. <p>Посередництво і керування системою налагодження зв'язків та обміну знаннями;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Допомога у неформальному і формальному обміні знаннями; - Сприяння програмам спільних досліджень і розвитку; - Формування та реалізація кластерних програм; - Підготовка стратегічної інформації; - Створення і розвиток кластерної інфраструктури; - Фінансування заходів з реалізації державної кластерної політики з державного, місцевого бюджетів, позабюджетних фондів, залучених коштів під гарантії уряду; - Формування умов для ефективного організаційного розвитку кластерів, включаючи виявлення учасників кластера, розробку стратегії його розвитку, які забезпечують усунення «вузьких місць» і обмежень, що підривають конкурентоспроможність продукції, що випускається в рамках ланцюжка виробництва доданої вартості, а також нарощування конкурентних переваг учасників кластеру; - Забезпечення ефективної підтримки інвестиційних проектів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності учасників кластера.
II етап. Визначення принципів кластерної політики	<p>Основними принципами кластерної політики є:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принцип доцільності; - Принцип ієрархічності; - Принципи комплексності і системності; - Принцип диференційованого підходу; - Принцип узгодженості і взаємної ув'язки; - Принцип координації, стимулювання і підтримки; <p>Реалізація даних принципів передбачає наступне:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Політика уряду не повинна бути строго орієнтована на пряме субсидування галузей промисловості і підприємств або на обмеження конкуренції на ринку; - Кластерні ініціативи можуть виходити від місцевих органів державної влади; - Політика уряду повинна перейти від прямого втручання до прямого стимулювання кластерів. Втручання в процеси кластеризації може бути виправдано тільки у випадку з прозорим ринком або в разі недосконалість інноваційних систем; - Уряд не повинен покладати на себе керівництво або право власності над початківцями кластерами, а в основному має виступати посередником, який зводить разом виробників, постачальників і покупців, забезпечуючи структури і стимули, що сприяють кластеризації та процесу інновацій. - Кластерна політика повинна концентруватися на конкурентоспроможних кластерах і не нехтувати дрібними і виникаючими кластерами.
III етап. Розробка кластерних стратегій	Кластерна політика повинна формуватися та узгоджуватися по усій вертикалі: на державному, регіональному, місцевому рівнях і на рівні суб'єктів кластера.
IV етап. Реалізація кластерної стратегії	Фінансування кластерних програм та моніторинг їх виконання

- Ідентифікація кластера, виявлення структури кластера, територіальної локалізації його окремих складових;
 - Відстеження кластерних ініціатив та інформування про них державних органів влади, у разі можливостей створення кластерів, що мають національне значення;
 - Визначення експертним методом параметрів, за якими ті чи інші підприємства можуть бути віднесені до ядра кластеру;
 - Формування комунікаційних майданчиків для потенційних учасників територіальних кластерів;
 - Вивчення зв'язку підприємств кластеру з виробничими організаціями, фінансовими інститутами, науково-дослідними та освітніми установами та ін.;
 - Розробка механізму методичної, інформаційно-консультаційної та освітньої підтримки розвитку кластерів;
 - Координація діяльності органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та об'єднань підприємців з метою реалізації кластерної політики;
 - Розширення набору інструментів фінансової підтримки кластерних проектів з бюджетних джерел.
 - Сприяння консолідації учасників кластера (у тому числі через асоціативні форми), реалізація програм сприяння виходу підприємств кластера на зовнішні ринки, проведення спільних маркетингових досліджень та рекламних заходів, реалізація освітньої політики, узгодженої з основними представниками кластеру, забезпечення можливості комунікації і кооперації підприємств і освітніх установ;
 - Створення і розвиток кластерної інфраструктури;
 - Формування інституційного середовища для розвитку територіальних економічних кластерів.
 - Посередництво і керування системою налагодження зв'язків;
 - Визначення фінансових можливостей зі співфінансуванням з бізнесом територіальних кластерів, фінансова підтримка інвестиційних проектів;
 - Співфінансування аналітичних досліджень перспектив розвитку кластеру на зовнішньому ринку, оцінка впливу кластеру на територію і соціальну сферу.
- Дотримання вище наведених методологічних основ сприятиме формуванню і розвитку кластерів в Україні, що є край важливим як для підвищення конкурентоспроможності окремих регіонів, так і для зростання економічного авторитету країни та поліпшення її економіки.

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИРОБНИЦТВА ТА ФАКТОРИ ЇЇ ЗРОСТАННЯ

Ефективність виробництва, як економічна категорія – це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва й робочої сили (працівників) за певний проміжок часу [4].

Дослідження ефективності виробництва дозволяє визначити шляхи зростання продуктивності праці і зниження зарплатомісткості продукції (економія затрат живої праці), зниження фондомісткості та матеріаломісткості виробництва (економія затрат уречевленої праці), а також раціонального використання природних ресурсів (економія затрат суспільної праці).

Питанням вивчення ефективності виробництва приділяли багато уваги К. Маркс та Ф. Енгельс, Ф. Тейлор, Макконнел К.Р., Брю С.Л, С.Ф. Покропивний та інші вчені. У зарубіжній практиці як синонім терміна “результативність господарювання” зазвичай застосовується термін “продуктивність системи виробництва”.

Економічну ефективність виробництва можна вивчати на різних рівнях. Тому виділяють: народногосподарську економічну ефективність; економічну ефективність сільськогосподарського виробництва; економічну ефективність виробництва окремих культур, видів продукції; економічну ефективність окремих агротехнічних заходів, впровадження досягнень науки і передової практики [2].

Сутнісна характеристика ефективності виробництва (продуктивності системи) знаходить відображення в загальній методології її визначення, формалізована форма якої має вигляд:

$$\text{Ефективність (продуктивність)} = \text{Результати} / \text{Ресурси (витрати)}$$

Вихідним критерієм народногосподарської ефективності виробництва є обсяг національного доходу з розрахунку на душу населення при найменших затратах живої і уречевленої праці.

Основний критерій економічної ефективності висвітлює головну мету виробництва і може використовуватись на всіх рівнях.

Ефективність виробництва на підприємстві тісно пов’язана з проблемою економії всіх видів ресурсів, бо вони є обмеженими. Раціональне використання трудових і виробничих ресурсів є важливим резервом підвищення ефективності виробництва, збільшення обсягів виробництва продукції, підвищення продуктивності праці та фондівіддачі. Частина витрат, які утворюють собівартість продукції, пов’язані з використанням факторів виробництва, що веде до зниження собівартості одиниці продукції і до збільшення прибутків підприємства.

Для досягнення максимального збільшення виробництва продукції потрібно визначити раціональні нормативи витрат відповідних виробничих

ресурсів, необхідні витрати на підвищення якості продукції. Відповідно, економічну ефективність виробництва вивчають згідно вимог економічних законів, які його регулюють, і виробничими відносинами, в межах яких розвиваються різноманітні форми власності і види господарювання.

Економічну ефективність відображають через різні вартісні показники, що характеризують проміжні та кінцеві результати виробництва на підприємстві чи в іншій інтеграційній виробничій структурі.

Фактори зростання ефективності (продуктивності) виробничо-економічних та інших систем діяльності доцільно здійснювати за ознаками:

1) видами витрат і ресурсів (зростання продуктивності праці, зниження фондомісткості та матеріаломісткості виробництва, раціональне використання природних ресурсів).

2) напрямками розвитку та вдосконалення виробництва (прискорення науково-технічного прогресу, підвищення якості й конкурентоспроможності продукції);

3) місцем реалізації в системі управління виробництвом (детальне знання масштабів дії, форм контролю та використання найбільш істотних внутрішніх і зовнішніх факторів ефективності на різних рівнях управління діяльністю).

Вирішення проблеми підвищення ефективності виробництва (діяльності) полягає в тім, щоб на кожну одиницю ресурсів (витрат) – трудових, матеріальних і фінансових – досягати максимально можливого збільшення обсягу виробництва (доходу, прибутку). Виходячи з цього, єдиним критерієм ефективності виробництва (діяльності) стає зростання продуктивності суспільної (живої та уречевленої) праці. Кількісна визначеність і зміст критерію відображаються в конкретних показниках ефективності виробничо-господарської та іншої діяльності суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Економіка виробничого підприємства: Навчальний посібник / За ред. І. М. Петровича. – К.: Знання, 2001. – 405 с.
2. Макаренко М. В., Махалина О. М. Производственный менеджмент: Учебное пособие для вузов. – М.: «Издательство «ПРИОР», 2006. – 384 с.
3. Економіка підприємства: Учебник / Ред. И. Я. Горфинкель. – М.: ЮНИТИ, 2004. – 718 с.
4. Економіка підприємства: Підручник / За ред. С. Ф. Покропівного. – К.: КНЕУ, 2002. – 528 с.

УДК 388.515:631.11:631.147

*Терещенко С. В., магістрант,
Худолій Л. М., д.е.н., професор,*

завідувач кафедри податкової та страхової справи

Національний університет біоресурсів і природокористування України

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА ЗА ДОПОМОГОЮ ПРОЦЕСНОГО ПІДХОДУ

Прибуток є однією з найбільш важливих економічних категорій, який характеризує ефективність діяльності аграрного підприємства. Стабільне зростання прибутку є результатом продуктивного управління фінансами аграрного підприємства. Проблема управління прибутком аграрного підприємства полягає у неможливості оптимізувати витрати виробництва, у

неспроможності забезпечення ним стабільного зростання рівня доходів, неефективному розподілі і використанні прибутку підприємства. Вирішення цих проблем забезпечить: постійне економічне зростання, привабливість для зовнішніх інвесторів, збільшення фінансових ресурсів та загального потенціалу аграрного підприємства. Проблеми управління прибутком досліджуються у роботах видатних вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: Б. Нідлза, Бланка І.О., Дем'яненко М.Я., Дж. Фостера, Е.С. Хендриксона, Журавльової І.В., К. Друрі, Крейниної М.Н., М.В. Ван Бреда, П.Т. Саблука, Поддєрьогіна А. М., С. Глазєва, Терещенко О. О., Ч.Т. Хорнгрена, Шелудько В. М., Я.В. Соколова.

Визначимо сутність управління прибутком за допомогою процесного підходу опираючись на такі терміни як управління, процес та прибуток.

Управління - це свідомий цілеспрямований вплив з боку суб'єктів, керівних органів на людей, економічні об'єкти, що здійснюються з метою направлення їх дій та отримання бажаних результатів [1, с.31].

Прибуток – результат роботи підприємства, показник ефективності його господарської діяльності, що відображає створену і реалізовану додаткову вартість та визначається шляхом зменшення сукупних доходів від усіх видів діяльності на суму сукупних витрат від усіх видів діяльності.

Визначаючи поняття управління прибутком необхідно чітко усвідомити, що прибуток не є безпосереднім об'єктом управління, оскільки його абсолютна величина є результируючим показником і безпосередньо залежить від зміни абсолютних величин інших фінансових показників господарської діяльності суб'єкта господарювання – доходів та витрат [3, с.113].

Отже з зазначених вище понять можна сформулювати наступне визначення управління прибутком – це система принципів та методів розробки і реалізації управлінських рішень по всіх видах діяльності, що впливають на його формування, розподілу та використання [4, с.29].

Механізм процесного управління - це сукупність відповідних принципів, методів та інструментів впливу на ключові господарські процеси, за рахунок чого досягається підвищення ефективності управління підприємством в цілому [2].

Управління прибутком за допомогою процесного підходу – реалізація управлінських рішень в операційній, фінансовій та інвестиційній діяльності підприємства шляхом комбінації принципів, методів та інструментів впливу на процеси формування, розподілу та використання прибутку підприємства.

Для кожного з цих процесів притаманні свої конкретні цілі, завдання, інструментарій їх досягнення. Разом із тим, кожний з цих процесів перебуває під впливом інших. Наприклад, обсяги прибутку, сформованого на першому етапі, визначають напрями його розподілу. Чим більший прибуток підприємства, тим більше завдань економічного, технічного, соціального плану воно може вирішити, розподіливши кошти за певними напрямками використання. Водночас ефективність використання впливає на майбутні можливості зі збільшення прибутку на етапі його формування. Для утворення прибутку необхідно ефективно управляти усіма цими процесами, що в свою

чергу, діляться на підпроцеси. Процес формування прибутку поділяється на процеси управління доходами і витратами, які є ключовими у ході його формування. Прибуток утворюється на кінцевому етапі ефективного управління всіма процесами, які необхідні для його формування.

Управління формуванням прибутку включає два основних процеси:

– ефективне управління витратами підприємства шляхом оптимізації загальної величини затрат підприємства шляхом використання таких методів: ABC-аналіз, XYZ-аналіз, вартісний аналіз та ін.;

– управління доходами через формування ефективної цінової політики та стимулювання механізму збуту продукції.

Управління витратами полягає у контролі за процесом формування та розподілу витрат підприємства в результаті здійснення фінансово-господарської діяльності. Відповідно, управління витратами підприємства спрямоване на обґрунтування рівня витрат підприємства та їхнього фінансового забезпечення.

Процес формування цінової політики є невід'ємним елементом моделі управління прибутком, визначаючи функціонально-організаційні основи формування доходів такого підприємства. Під фінансовими механізмами стимулювання збуту продукції суб'єкта господарювання необхідно розуміти сукупність методів та технологій формування фінансово сприятливих умов для отримання покупцем відповідної продукції. Відповідно, можна визначити сукупність фінансових умов реалізації продукції серед яких є наступні: рівень базової ціни одиниці продукції, форма грошових розрахунків, термін передплати (післяплати) реалізованої продукції, рівень знижки від базової ціни залежно від обсягів закупки продукції, рівень знижки від базової ціни залежно від категорії покупця, надання відстрочки оплати відвантаженої продукції із відповідною націнкою на базову ціну одиниці такої продукції, рівень знижки від базової ціни при оплаті відвантаженої продукції раніше базового терміну оплати, диференціація націнок та знижок від базового рівня цін відповідно до регулярності ділових контактів із таким підприємством-партнером тощо.

Управління прибутком підприємства спрямоване на забезпечення його оптимізації та стабільності формування. Однак управління прибутком не може вважатися логічно завершеним без складової, спрямованої на підтримання управлінських фінансових рішень щодо розподілу та використання створеного у процесі операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства прибутку.

Під розподілом прибутку слід розуміти - відносини між державою та підприємством у вигляді сплати податку на прибуток. Проблема мінімізації податкових платежів з метою збільшення розміру прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, значною мірою вирішується шляхом формування ефективної податкової політики. Податкова політика являє собою складову частину загальної політики управління прибутком підприємства, яка полягає у виборі найбільш ефективного варіанту сплати податків при альтернативних напрямках діяльності підприємства і пов'язаних з нею господарських операцій [4, с.161].

Велике значення в процесі управління податками мають також пільги з оподаткування, на які може розраховувати підприємство.

Прибуток, що залишається після сплати податку, надходить у повне розпорядження підприємства і може бути використаний за наступними напрямками: відрахування на благодійні цілі, сплати штрафних санкцій, погашення цільового кредиту, на виплату дивідендів, на збільшення розміру статутного капіталу, на створення та поповнення резервного капіталу, на створення фонду розвитку та матеріального заохочення персоналу, інші витрати.

Таким чином, можна стверджувати управління прибутком за допомогою процесного підходу – це реалізація управлінських рішень в операційній, фінансовій та інвестиційній діяльності підприємства шляхом комбінації принципів, методів та інструментів впливу на процеси формування, розподілу та використання прибутку підприємства. Також, що прибуток формується на протязі процесів виробництва та обміну, а проявляється лише на етапі обміну та підлягає подальшому розподілу та використанню за напрямками, які підприємство визначає самостійно. Необхідно також зазначити, що процес управління прибутком буде оптимальним тільки в тому випадку, коли складові процесного управління будуть визначатись глобальними цілями розвитку підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Худолій Л. М., Гончаренко А. М. *Управління капіталом вищого навчального закладу. Монографія/* - Вінниця: Книга-Вега, Вінницька обласна друкарня – 2010. – 160 с.
2. Козаченко, Оксана Анатоліївна. *Формування організаційно-економічного механізму процесного управління діяльністю комбикормових підприємств : автореф. / Козаченко Оксана Анатоліївна; М-во аграр. політики України, Житомир. нац. агрокол. ун-т. - Житомир, 2009. - 20 с. : іл., табл*
3. Шелудько В. М. *Фінансовий менеджмент [підручник] / В. М. Шелудько. - К. : Знання, 2006.-439 с.*
4. Бланк И. А. *Управление прибылью / И. А. Бланк. – [3-е изд., перераб. И доп.]. – К.: Ника-Центр, 2007. - 765 с.*

УДК 336

*Тищенко С.В., магістрант
Худолій Л.М., д.е.н., професор,*

завідувач кафедри податкової та страхової справи

Національний університет біоресурсів і природокористування України

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА СКЛАД ОБОРОТНИХ АКТИВІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективне формування та використання оборотних активів набуває все більшого значення при виборі політики управління виробничими процесами підприємства. Особливо це стосується підприємств аграрного спрямування, в яких розмір оборотних активів займає понад 50% всіх активів, тому конкретизація самого визначення «оборотних активів», їх складу та джерел формування є дуже важливою, оскільки має прямий вплив на систему управління ними, а відтак, на безперервність виробництва, платоспроможність, ліквідність, отримання прибутку підприємства.

Сутність та склад оборотних активів залишається в наукових колах дискусійними і на даний момент. Це пояснюється складністю самої категорії.

Вагомий внесок у дослідження економічної сутності та формування оборотних активів зробили відомі вітчизняні та зарубіжні науковці: Барнгольц С., Білик М., Бланк І., Бочаров В., Брігхем Є., Ван Хорн Дж., Дем'яненко М., Золотарьов А., Зятковський І., Кене Ф., Кінг А., Ковальов В., Маршал А., Павліковський А., Поддєрьогін А., Радіонов Р., Роштейн Л., Слав'юк Р., Сміт А., Сопко В., Сорока Р., Терещенко О., Фішер С., Холт Р., Шумпетер Й. та інші.

Перш ніж перейти до самого визначення «оборотних активів», слід зазначити, що багато вчених-економістів не розрізняють або ототожнюють його з поняттями «оборотні кошти», «оборотний капітал» та «оборотні засоби», що на наш погляд, не зовсім коректно.

Так, А. М. Поддєрьогін дає таке визначення: «Оборотний капітал (оборотні кошти) — це кошти, авансовані в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервності процесу виробництва, реалізації продукції та отримання прибутку [4].

Таке визначення, не досить глибоко розкриває зміст оборотних коштів, як економічної категорії, але і в нашому розумінні дане визначення більше підходить до визначення суті «оборотних активів», враховуючи, що автор відносить до «оборотних коштів» виробничі запаси, сировину, МШП та ін. До того ж прирівнювати «оборотні кошти» і «оборотний капітал» некоректно. «Капітал – це поняття, для якого характерною є двоїста природа: з одного боку, капітал враховує усі наявні грошові, матеріальні та нематеріальні ресурси підприємства (відображені в активі балансу), що здатні приносити йому додану вартість; з іншого – капітал представлений джерелами фінансування цих ресурсів (відображені в пасиві балансу)» [5]. Це дає нам підстави стверджувати, що це принципово різні поняття.

Щодо подібності трактування «оборотних засобів» та «оборотних активів», то можна сказати, що «оборотні засоби» – це не зовсім вірний переклад з російської мови поняття «оборотные средства» як сукупності грошей, кредитів, капіталів; чи знарядь для здійснення будь-якої діяльності. Отже краще у фінансових дослідженнях користуватися поняттям «оборотні активи».

Щодо визначення сутності «оборотних активів», вчений-економіст І.А. Бланк притримується наступної думки, що «оборотні активи характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, обслуговуючих поточну виробничо-комерційну діяльність підприємства і повністю споживаних на протязі одного операційного циклу» [1]. На наш погляд, таке визначення є досить точним в тій частині особливо враховуючи те, що оборотні активи мають бути повністю використаними протягом одного операційного циклу і повинні обслуговувати господарську діяльність підприємства, але означення оборотних активів, як майнових цінностей, а не їх вартості, спотворює деякі їх риси. Це призводить до того, що, як і в першому випадку, економісти при визначенні «оборотних активів» користуються термінами «витрачаються» або «споживаються», хоча на нашу думку, тут має мати місце термін «авансуються». Так, саме момент авансування вказує на те, що оборотні активи вступають у процес виробництва, проходять всі стадії кругообігу і повертаються з метою, щоби розпочати нову стадію.

Тож, щоб розмежувати всі вище перераховані визначення, та з метою конкретизації поняття «оборотні активи», ми запропонуємо власне, яке міститиме основні ознаки, які мають бути притаманні оборотним активам: «оборотні активи – це сукупність активів (матеріальних і грошових), які безперервно і послідовно змінюють свою форму шляхом авансування в об’єкт виробництва протягом одного операційного циклу задля обслуговування господарської діяльності, одержання прибутку, підтримки платоспроможності підприємства». Таким чином, дане визначення містить важливі моменти – авансування, мету, процес та час обороту.

Досліджуючи сутність оборотних активів, як економічної категорії, яка приймає безпосередню участь у виробничо-господарському процесі підприємства, треба точніше визначити їх склад (рис. 1).

Серед економістів досі ведуться дискусії щодо доцільності включення до вартісного складу оборотних активів мінеральних добрив та дорослих тварин. Це пояснюється тим, що добрива приймають участь у декількох виробничих циклах і при цьому повністю втрачають свою натурально – речову форму за один цикл виробництва [2].

З приводу характеру використання дорослої худоби, ще К.Маркс зазначав, що вона може відноситися як до основних, так і до оборотних активів. «Худоба в якості робочої худоби є основний капітал. Тварини на вирощуванні і відгодівлі є сирим матеріалом, який як продукт вступає до кругообігу, тому вони є не основним, а оборотним капіталом»[3].



Рис. 1. Склад оборотних активів

Таким чином, в ході дослідження ми показали, що «оборотний капітал», «оборотні кошти» та «оборотні активи» - принципово різні поняття, які не слід ототожнювати і запропонували власне визначення «оборотних активів», а також уточнили їх склад, що значно спростить процедуру аналізу та оцінки ефективності формування та використання оборотних активів на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. *Финансовый менеджмент: Учебный курс.* – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. – 656 с.
2. Демьяненко Н.Я. *Повышение отдачи оборотных средств колхозов /.* – К.: Урожай, 1988. – 112 с.
3. Маркс К. *Капитал. Критика политической экономии.* (Предисл. Ф.Энгельса. Пер. И.И. Скворцова-Степанова). Т.2 / К. Маркс. – М.: Политиздат, 1974. – 648 с.
4. Поддєрьогін М. *Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А.* 3-тє вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2001. — 460 с.
5. Худолій Л.М., Гончаренко А.М. *Управління капіталом вищого навчального закладу: Монографія/-* Вінниця: Книга-Вега, Вінницька обл. друкарня – 2010. – 160с.

УДК 336

*Філяр С.В., к.е.н., доцент кафедри фінанси
Європейський університет*

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

В умовах ринкової економіки наявність різноманітних форм господарювання вимагає існування різних форм і методів управління підприємством. На сучасному етапі важливим завданням є пошук нових підходів та методів управління фінансовими ресурсами з одночасним удосконаленням інформаційного забезпечення фінансових потоків окремого підприємства. Одним із таких методів має стати контролінг, основна ідея якого полягає у підвищенні ефективності фінансового менеджменту підприємства шляхом створення такої обліково-аналітичної системи, яка синтезувала б елементи обліку, аналізу, контролю та планування відповідно до вимог і потреб керівництва підприємства.

На підприємстві завжди функціонують паралельно декілька систем обліку, причому кожна з них узагальнює дані за окремими інформаційними потоками, але першоосновою всіх цих систем можна вважати саме бухгалтерський облік, оскільки фінансова, податкова, статистична та інші види звітності, які використовують грошовий вимір, базуються на інформації, отриманої з джерел бухгалтерського обліку.

При створенні служби контролінгу слід враховувати, що контролер і головний бухгалтер постійно діють в рамках певного інформаційного простору. При цьому існують певні функціональні характеристики цих посад, які надають їм відповідного професійного забарвлення та визначають місце в організаційній структурі підприємства. Порівняльна характеристика функцій контролера у порівнянні з функціями головного бухгалтера для підприємств України надається в табл. 1.

Порівняльний аналіз функцій контролера та головного бухгалтера

<i>Контролер</i>	Місце в орг. структурі	<i>Головний бухгалтер</i>
Управління справами	Функціональна сфера	Облік, контроль та аналіз
Керівник підприємства	Ранг	Керівник відділу
Найвищий керівник	Підлеглисть	Директору
Реалізація поставленої мети, відповідальність за безперервну реалізацію функцій підприємства в плануванні, постановці завдань, управлінні, контролі.	Мета діяльності	Узагальнення, зберігання та передача інформації про діяльність підприємства зовнішнім та внутрішнім користувачам
Основні функції (завдання)		
Створення концепції управління підприємством у довгостроковому періоді Побудова інформативної системи для окремих рівнів прийняття рішень Встановлення основних принципів поведінки у сфері планування, звітності, контролювання тощо Створення розгалуженої системи показників	З'ясування та документування	Відображення в реєстрах обліку інформації про здійснені господарські операції Використання форм фінансової та внутрішньої звітності, орієнтованих на певних користувачів інформації Дотримання основних принципів облікової політики підприємства Використання системи показників для аналізу фактичного стану Використання нормативів витрат для калькуляції
Складання загального плану розвитку, орієнтованого на генеральну мету підприємства Координування та керівництво плановими роботами (заходами)	Планування та прогнозування	Забезпечення інформацією при постановці цілей підприємства Надання інформації за місцями виникнення та носіями витрат
Відстеження, коригування та виявлення ступеню досягнення мети Постійний нагляд за цілями Виявлення відхилень та	Управління	Своєчасне подання інформації з обліку щодо втілених управлінських рішень Джерело інформації для проведення аналізу відхилень
Встановлення завдань відповідальним посадовим особам Розробка альтернатив при недосягненні поставлених цілей Загальні контрольні завдання, в т.ч. утворення та розробка нормативів	Контроль	Постійне проведення контролю витрат, результатів Відстеження причин відхилень в обліку

В господарській практиці підприємства функціональні обов'язки контролера та головного бухгалтера розділені. Проте розмежування функціональних обов'язків не виключає взаємозв'язків між ними. Звичайно, організація контролю на підприємстві має свої особливості та залежить від

організаційної структури (різні користувачі інформації), виду економічної діяльності.

Значний обсяг завдань, що має виконувати бухгалтерія (враховуючи, що в Україні додається ще ведення податкового обліку), призводить до необхідності додаткового проведення аналітичної роботи.

Відхилення стимулюватимуть проводити контрольні дослідження заздалегідь, до початку зустрічних заходів з усунення негативних наслідків цих відхилень. З постійного осмислюваного двостороннього інформаційного потоку на підприємстві починається розвиток нового типу мислення, орієнтованого на майбутнє.

Ключовим питанням при створенні служби контролінгу є цілевизначення в цілому та ідентифікація цілей для кожного рівня. Визначення цілей дає можливість ідентифікувати об'єкти управління та обґрунтувати основні шляхи впливу на ці об'єкти.

При формуванні нових та виконанні прийнятих управлінських рішень необхідно додержуватися відомих принципів бухгалтерського обліку [1]. Така практика з налагодженим зворотним зв'язком дає можливість управлінському апарату приймати рішення, які у кожний момент часу будуть гарантувати просування підприємства до поставленої мети. Двосторонній зв'язок з обліком повинен служити не тільки контролю за виконанням цілей, але й створенню реальної основи для управління очікуваним розвитком.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні" від 16.07.99 р. № 996 // Галицькі контракти. – 1999. - № 36. – 112 с.
2. Сухарева Л.А., Петренко С.Н. Контролінг – основа управління бізнесом. – К.: Ельга, Ника-Центр, 2002. – 208 с.

УДК 338

Чернявський П.О., к.е.н.,
Голова Черкаської обласної організації
Всеукраїнської спілки вчених-економістів,
Генеральний директор ТОВ «Янтар-Черкаси»

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ АСПЕКТИ

Питанням оцінки інвестиційної привабливості останнім часом присвячується досить багато наукових праць. При вивченні цього аспекту інвестиційної діяльності вагомих наукових результатів досягли такі вчені як С.С. Слава, Д.М. Стеченко, Н.М. Гапак, І.М. Школа, І.В. Хмарська.

Інвестиції є невід'ємною складовою будь-якої економічної системи. Вони покликані не тільки зупинити спад і поживити виробництво, а й створити умови для розв'язання більш складнішого завдання – глибокої структурної перебудови національної економіки.

Інвестиційна привабливість – це характеристика доцільності щодо інвестування у нього в термінах здійснення інвестиційної діяльності з максимальним ефектом за мінімальних витрат. Але привабливість виробничо-

господарських структур для інвесторів не може бути досягнута лише завдяки факторам її внутрішнього стану, оскільки її територіальна належність, а саме – сприятливість інвестиційного клімату держави (регіону) також впливають на рух і спрямування капіталу [1].

Актуальність дослідження інвестиційної привабливості регіонів і динамічність економічного життя вимагає забезпечення оперативності статистичного аналізу. Це потребує застосування ефективної методики оцінювання, з допомогою якої (а також за умови чіткої організації аналітичного процесу) можна з мінімальними затратами отримувати й інтерпретувати результати та надавати пропозиції для прийняття оперативних управлінських рішень, пов'язаних з уточненням стратегії комплексного розвитку території.

Центральний регіон, а саме Черкаська область належить до агропромислових і характеризується середнім значенням інвестиційного ризику. Тому залучення інвестицій в даний регіон сприятиме реконструкції підприємств, що виробляють мінеральні добрива, засоби автоматизації й обчислювальної техніки, технологічне оснащення.

Обсяг прямих іноземних інвестицій на 1 квітня 2011 року склав 272,7 млн. дол. США. З метою збільшення інвестиційної привабливості області готується форум «Черкащина інвестиційна 2011», який буде проведений у 22-23 вересня в м. Києві й на якому передбачається розширити коло інвесторів [3].

Про успішну діяльність свідчить і зростання зовнішнього товарообігу протягом січня-травня 2011 р. Зовнішня торгівля товарами здійснюється з 94 країнами світу. При цьому позитивне сальдо зовнішньої торгівлі становить 90,5 млн.дол. США, що майже на третину більше, ніж за відповідний період минулого року. Коефіцієнт покриття експортом імпорту складає 1,43 при загальнодержавному рівні 0,85.

Лідерами серед держав інвесторів є Кіпр – 146,9 млн. доларів США (51,2% усіх прямих інвестицій області), Сполучене Королівство – 52,2 млн. доларів США (18,2%), Німеччина – 24,9 млн. доларів США (8,7%), Сполучені Штати Америки – 16,2 млн. доларів США, Франція – 12,5 млн. доларів США та Російська Федерація – 6,1 млн. доларів США.

Найбільшу зацікавленість щодо вкладення капіталу викликають у інвесторів такі галузі економіки, як підприємства хімічної та нафтохімічної промисловості, де зосереджено 134,0 млн. доларів США або 46,7% усіх прямих інвестицій області; підприємства які займаються виробництвом харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 55,0 млн. доларів США (19,2%), сільськогосподарські підприємства – 21,5 млн. доларів США або 7,5%, підприємства, які займаються целюлозно-паперовим виробництвом і видавничою діяльністю – 16,8 млн. доларів США (5,9%) [3].

Для поліпшення інвестиційного клімату в області потрібно:

- продовжити формування інвестиційного пакету, до якого входила б виробнича і соціально побутова інфраструктури;
- з метою сприяння реалізації інвестиційних проектів поєднувати інтелектуальний та підприємницький потенціал регіону;

- для оприлюднення інвестиційної привабливості окремих територій області розробити рейтинг їхньої інвестиційної привабливості;
- визначити пріоритетні напрямки вкладення інвестицій;
- створити умови для залучення позабюджетних джерел фінансування інвестицій, у тому числі вільних коштів населення, іноземних інвестицій з інших регіонів країни;
- забезпечити інтеграцію регіонального інвестиційного ринку з міжнародним ринком інвестиційних ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Кирик Л. В. *Проблеми дослідження інвестиційної привабливості регіону // Сталий розвиток економіки. – 2010. – №1. – С. 104 – 107.*
2. *Экономический потенциал региона: анализ, оценка, диагностика: Монография / Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Кубах А.И., Давыскиба Е.В. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2005.- 176 с.*
3. *Офіційний веб-сайт Головного управління інвестиційно-інноваційної політики, підприємництва та зовнішніх зносин Черкаської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://invest-oda.ck.ua/?p=297>*

УДК 336

Чудаєва І.Б., к.т.н., доцент

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОРГАНІЗАЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОЇ ЗОНИ

У становленні, розвитку й функціонування науково-технічної зони велику роль відіграє менеджмент як комплекс наукових принципів, методів стимулювання і організаційних елементів впливу на дії людей, використання різноманітних ресурсів з метою досягнення тактичних і стратегічних цілей науково-технічного формування.

В.В. Стадник і М.А. Йохна в роботі «Менеджмент» наводять, посилаючись на Оксфордський словник англійської мови, такі тлумачення «менеджменту» [1, с.9]:

1. Менеджмент – це спосіб та манера спілкування з людьми (працівниками).
2. Менеджмент – це влада та мистецтво управління.
3. Менеджмент – це вміння та адміністративні навички організувати ефективну роботу апарату управління (служб працівників).
4. Менеджмент – це органи управління, адміністративні одиниці, служби і підрозділи.

Американські вчені М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі в роботі «Основи менеджменту» відмічають, що за всю історію існування людського суспільства було вироблено три принципово різних способи впливу на людей, іншими словами три інструменти управління [2, с.14-16].

Перший – це ієрархія. За її умов основний засіб впливу – повне підкорення владі, натиск на людину зверху шляхом примусу, контролю та ін.

Другий – культура. Цей інструмент управління базується на пропонуваніх і визнаних суспільством, організацією, фірмою атрибутах (норми, установки, шаблони поведінки), які примушують людину поступати за певними правилами, які передбачені атрибутами.

Третій – ринок. Це рівнозначні зв'язки по горизонталі, що побудовані на відносинах власності. За його умов головним є дотримання рівноваги інтересів продавця і покупця при здійсненні операцій купівлі-продажу.

I. Ансофф органічно поєднує менеджмент з новою корпоративною стратегією управління та стратегічним управлінням, яке є складним і потенційно потужним інструментом, за допомогою якого сучасне підприємство може протистояти швидким і непередбачуваним змінам середовища [3, 4].

На наш погляд, у літературних джерелах не існує однозначного визначення менеджменту. В організації, його можна розглядати як специфічний апарат, як спеціальний інструмент, що використовується з метою впорядкування структури, впливу на зовнішні та внутрішні фактори результативності та продуктивності, мобілізації та ефективного використання всіх видів ресурсів задля досягнення цілей.

Сучасний менеджмент нараховує більше 50-и різних принципів, суть яких розкривається у його методах (способах впливу на окремих працівників і виробничі колективи загалом з метою досягнення визначених цілей), мотивах (спонукальних причинах дій, вчинків) та сукупності способів вирішення завдань управлінської діяльності [5,6,7,8,9].

Мотиви відіграють найважливішу роль у менеджменті НТЗ, так як вони прямо або опосередковано впливають на поведінку, інтереси і потреби людей. Зв'язок між потребами, інтересами, мотивами та методами управління зображено на рис. 1.

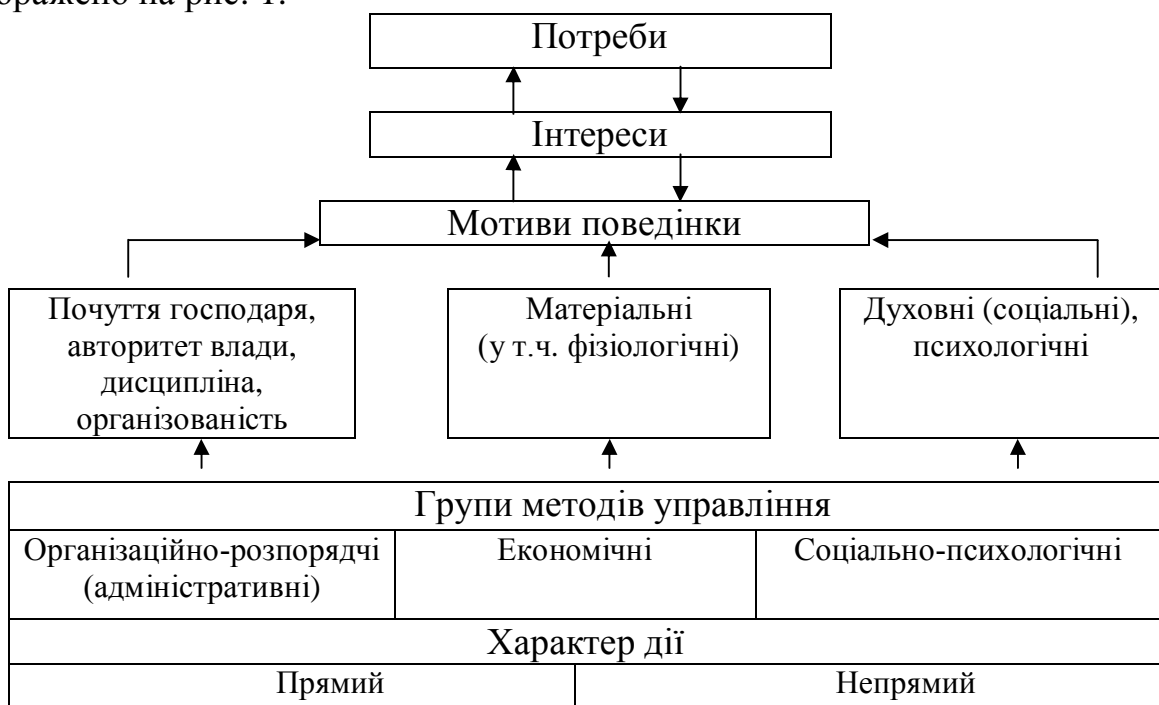


Рис. 1. Зв'язок методів управління з потребами та інтересами людей

Рис. 1 показує, що ефективною система управління може бути лише за умови високого якісного складу керівників і спеціалістів НТЗ. Звідси витікає одна із найголовніших проблем НТЗ – якісний підбір керівних кадрів, здатних забезпечити вирішення актуальних науково-технічних і економічних задач інноваційного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Стадник В.В. Менеджмент [посібник] /В.В. Стадник, М.А. Йохна. – К.: Академвидав, 2003. – 464с. (Альма-матер).
2. Мескон М.Х, Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента:[пер. с англ.] / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. - М.; «Дело», 1992.-702 с.
3. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; [пер. с англ.]. - СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
4. Ансофф И. Стратегическое управление: / И. Ансофф; [сокр. пер. с англ.]. - М.; Экономика, 1989.- 519 с.
5. Чудаева И.Б. Уточненный алгоритм достижения целей в экономике /И.Б. Чудаева, В.М. Шарапов, Е.В. Шарапова // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – ЧДТУ. – 2004. - Випуск №12.- С.8-11.
6. Чудаева И.Б. Основоположні принципи менеджменту /И.Б. Чудаева, В.М. Шарапов, О.В. Шарапова //Вісник Львівської комерційної академії. Серія Економічна. Вип. 18. Частина 2. Збірник наукових праць за матеріалами міжнародної наукової конференції «Актуальні проблеми регіонального розвитку в контексті європейської інтеграції».- Львів.- 2005.- С.79-82.
7. Шанбергер Р. Японские методы управления производством (девять простых уроков) /Р. Шанбергер. - М.; Экономика, 1988.- 94 с.
8. Kobayashi S., Okubo Y. Demand Articulation, a Key Factor in the Reconfiguration of the Present Japanese Science and Technology System //Science and Public Policy. – 2003. - №1 (February). – P. 55-67.
9. Моргачов І. Організаційно-економічний механізм управління ефективною діяльністю проектних організацій /І. Моргачов //Схід. – 2006. - №5. – С.39.

УДК 658.5

*Юхименко Р.С., студент групи б-МОз
Куценко М.О., ст. викладач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

РОЛЬ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Чи не найважливішим кроком при створенні нового підприємства або розвитку вже діючого є складання бізнес-плану. Такий план повинен відображати завдання підприємства, як коротко, так і довгострокові, містити опис продукції або послуг, які пропонуватимуться, опис можливої кон'юнктури ринку цієї продукції, і, нарешті, інформацію про ресурси і засоби, які потрібні для виконання даних завдань з врахуванням вірогідної конкуренції.

Бізнес-план виступає як об'єктивна оцінка власної підприємницької діяльності фірми і в той же час необхідний інструмент проектно-інвестиційних рішень у відповідності з потребами ринку. У ньому характеризуються основні аспекти комерційного підприємства, аналізуються проблеми, з якими воно зіткнеться, і визначаються способи їх вирішення. Отже, бізнес-план — одночасно пошукова, науково-дослідна і проектна робота.

Не буде перебільшенням назвати бізнес-план основою управління не лише комерційним проектом, але і самим підприємством. Завдяки бізнес-плану, у керівництва з'являється можливість поглянути на власне підприємство як би з боку. Сам процес розробки бізнес-плану, що включає детальний аналіз економічних і організаційних питань, заставляє мобілізуватися. Метою бізнес-плану може бути здобуття кредиту, або залучення інвестицій, визначення стратегічних і тактичних орієнтирів фірми і ін.

Бізнес-план передбачає рішення стратегічних і тактичних завдань, що стоять перед підприємством, незалежно від його функціональної орієнтації:
- організаційно-управлінська і фінансово-економічна оцінка стану підприємства;

- виявлення потенційних можливостей підприємницької діяльності, аналіз сильних і слабких його сторін;
- формування інвестиційних цілей на планований період.

У бізнес-плані обґрунтовуються:

- загальні і специфічні деталі функціонування підприємства в умовах ринку;
- вибір стратегії і тактики конкуренції;
- оцінка фінансових, матеріальних, трудових ресурсів, необхідних для досягнення цілей підприємства.

Бізнес-план дає об'єктивне уявлення про можливості розвитку виробництва, способи просування товару на ринок, ціни, можливий прибуток, основні фінансово-економічні результати діяльності підприємства, визначає зони ризику, пропонує дороги їх зниження. Бізнес-план використовується незалежно від сфери діяльності, масштабів, власності і організаційно-правової форми компанії. У ній вирішуються як внутрішні завдання, пов'язані з управлінням підприємством, так і зовнішні, обумовлені встановленням контактів і взаємовідносин з іншими фірмами і організаціями.

Замовником бізнес-плану є юридичні і фізичні особи, що здійснюють підприємницьку і інвестиційну діяльність, умови і результати якої аналізуються і прогнозуються в бізнес-плані. Розробниками бізнес-плану є фірми, що спеціалізуються в області маркетингової діяльності, проектування, авторські колективи, окремі автори. При необхідності притягуються консалтингові фірми і експерти.

Мета розробки бізнес-плану — спланувати господарську діяльність фірми на найближчий і віддалені періоди у відповідності з потребами ринку і можливостями здобуття необхідних ресурсів. Бізнес-план допомагає підприємцеві вирішити наступні основні проблеми:

- визначити конкретні напрями діяльності фірми, цільові ринки і місце фірми на цих ринках;
- сформулювати довготривалі і короткострокові цілі фірми, стратегію і тактику їх досягнення. Визначити осіб, відповідальних за реалізацію стратегії;
- вибрати склад і визначити показники товарів і послуг, які будуть запропоновані фірмою споживачам. Оцінити виробничі і торгівельні витрати по їх формуванню і реалізації;
- виявити відповідність наявних кадрів фірми, умов мотивації їх праці вимогам, що пред'являються, для досягнення поставлених цілей;
- визначити склад маркетингових заходів з вивчення ринку, реклами, стимулюванню продажів, ціноутворенню, каналам збуту і др.;
- оцінити фінансове положення фірми і відповідність наявних фінансових і матеріальних ресурсів можливостям досягнення поставлених цілей;
- передбачити труднощі, "підводні камені", які можуть перешкодити практичному виконанню бізнес-плану.

Головна перевага планування полягає в тому, що правильно складений план дає перспективу розвитку фірми, тобто, кінець кінцем, відповідає на найважливіший для бізнесмена питання - чи варто вкладати гроші в цю справу, чи принесе воно доходи, які окуплять всі витрати сил і засобів.

Як правило, потреба в бізнес-плані виникає при вирішенні таких, актуальних завдань, як:

- підготовка заявок існуючих і новостворюваних фірм на здобуття кредитів;
- обґрунтування пропозицій по приватизації державних підприємств;
- відкриття нової справи; визначення профілю майбутньої фірми і основних напрямів її комерційної діяльності;
- перепрофілювання існуючої фірми, вибір нового вигляду, напрямів і способів здійснення комерційних операцій;
- складання проспектів емісії коштовних паперів (акцій і облігацій) фірм, що приватизуються і приватних;
- вихід на зовнішній ринок і залучення іноземних інвестицій.

Основні принципи бізнес-планування:

- доступність у вивченні і розумінні, тобто бізнес-план повинен бути зрозумілий широкому суспільству, а не лише спеціалістам;
- лаконічність;
- здатність збудити інтерес у партнера. Лише зацікавивши потенційного інвестора, підприємець може сподіватися на успіх своєї справи;
- якісне і змістовне оформлення (зовнішній вигляд, якісна обкладинка, чіткі малюнки, фотографії, розрахунки і так далі);
- чітке орієнтування на адресата (кредитора або інвестора);
- ретельна характеристика певного сегменту (ніші) ринку, потреб споживачів і їх переваг при покупці товарів і послуг даного підприємства;
- переконливість в реалізації основної ідеї, особливо в ефективності роботи підприємства (здобутті доходів) і своєчасному погашенні кредитів.

Існують два основні підходи до розробки бізнес-плану. Перший полягає в тому, що бізнес-план складається найманною групою фахівців, а ініціатори проекту беруть участь в нім за допомогою підготовки вихідних даних. Інший підхід — коли ініціатори проекту самі розробляють бізнес-план, а методичні рекомендації отримують у фахівців, зокрема, у можливих інвесторів. Для української практики другий підхід є найбільш правильним. Ініціатори проекту зазвичай є фахівцями у виробничих питаннях, але, як правило, досить слабо знаються на тонкощах фінансового забезпечення проекту і збуту продукції. Ці питання розробляються наймані фахівці.

Список використаних джерел:

1. Пелих А. С. *Бизнес-план.* — М.: Ось-89, 1996. — (Экономическое образование).
2. Покропивний С. Ф., Соболев С. М., Швиданенко Г. О. *Бизнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник.* — К.: КНЕУ, 1999.

СЕКЦІЯ 2. УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 65.011:658

*Антипова Л.О., к.е.н., доц. кафедри економіки та управління
Донбаський державний технічний університет*

ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ДЕЗОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДРОЗДІЛІВ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В організації управління діяльністю підприємства постійно виникають суперечності між намаганням досягти високого рівня детермінованості поведінки підрозділів підприємства та працівників і використати внутрішні індивідуальні та колективні резерви, які є в окремих підрозділів та працівників. Надмірна організованість діяльності підприємств є одним з чинників зниження стійкості їхньої діяльності, втрати креативності та творчого підходу в цій діяльності. Це визначає необхідність та доцільність надання певної свободи дій окремим працівникам і колективам підрозділів підприємства, тобто присутності раціональної дезорганізації в діяльності підприємства. Але надмірна дезорганізація призводить до зростання хаосу в діяльності підрозділів підприємства аж до повного її руйнування. Тому потрібний баланс організованості та дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства, тобто правомірно говорити про наявність раціонального співвідношення рівня організованості та рівня дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства та поведінки працівників.

Дезорганізація, як явище, постійно присутня в діяльності підприємства та його підрозділів, є багатогранним явищем, ознакою якого є зменшення якості взаємодії між елементами будь-якої системи, що знаходить вияв у порушенні узгодженості, відповідності, збалансованості цієї взаємодії, тобто у порушенні певного порядку на підприємстві.

Організація як функція управління має фундаментальний характер, її призначенням є упорядкування численної сукупності елементів, процесів, ситуацій, діяльності окремих працівників та їхніх груп, встановлення їхнього взаємозв'язку для досягнення мети діяльності підприємства. Функція організації має загальний характер, вона відображає загальний порядок управління діяльністю підприємства, однаково необхідна у стратегічному, тактичному та оперативному управлінні. Загальний характер функції організації проявляється у її спадності, через що кожен раз на більш низькому рівні через звуження обсягу управлінських робіт уточнюються їхні кількість та характер, терміни виконання, об'єкти взаємодії, і надає можливість її застосування щодо інших функцій управління для цілеполягання та системоутворення.

Протилежним поняттю "організація діяльності підприємства" є поняття "дезорганізація діяльності підприємства", яке доповнює поняття організації. На відзнаку від нього поняття дезорганізації в діяльності підприємства чіткого та

загальноприйнятого тлумачення не має і дуже мало розглянуто в сучасній економічній літературі. За суттю дезорганізацію діяльності підприємства слід розглядати як ступінь невизначеності та свободи у стосунках елементів, які утворюють організований процес або структуру системи. За уточненим поняттям дезорганізація в діяльності підприємства тлумачиться як порушення встановлених регламентів виконання робіт в його підрозділах, що задаються організаційно-правовими документами для здійснення будь-яких процесів в діяльності підприємства, виникають внаслідок суперечностей між можливостями працівників, умовами виконання робіт та вимогами їхніх регламентів.

Визначення поняття дезорганізації в діяльності підприємства показує, що вона містить дві складові: негативну (відображає деструктивну руйнівну роль цього явища) та позитивну (визначає рівень гнучкості і стійкості процесів в діяльності підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища). Дуальність дезорганізації в діяльності підприємства визначає подвійне ставлення до неї: як до явища, яке потрібно долати, і як до характеристики, яку необхідно підтримувати для забезпечення стійкості діяльності підприємства.

Спираючись на результати проведених досліджень теоретичних положень, які викладено в спеціальній літературі, виходячи з власних спостережень, висунуто припущення про існування такого рівня дезорганізації в діяльності підприємства, який сприяє зростанню її стійкості і ефективності - раціонального рівня дезорганізації процесів. Раціональний рівень дезорганізації процесів в діяльності підприємства та його підрозділів залежить від впливу таких чинників: величини втрат при руйнуванні організованого процесу унаслідок виникнення нештатної ситуації та можливого зменшення цих втрат за наявності певного рівня дезорганізації процесів як інструмента амортизації негативних дій; величини витрат на приріст рівня організованості процесу, величини витрат на забезпечення працездатності процесу за наявності чинників, які дезорганізують процес. Різницю між раціональним і досягнутим рівнем організованості можна вважати рівнем дезорганізації процесів, тобто рівень дезорганізації в діяльності підприємства віддзеркалює витрати та управлінські зусилля на підвищення організаційного рівня його діяльності.

Дезорганізація в діяльності підприємства і процесів, що складають її, має бути об'єктом впливу. Інакше вона відбувається стихійно і на неї реагують лише тоді, коли ситуація стає критичною. Переважну увагу доцільно зосередити на негативній стороні дезорганізації в діяльності підприємства і тому метою впливу є її подолання шляхом протидії впливу різноманітних зовнішніх і внутрішніх чинників дезорганізації та усунення її причин.

Причини дезорганізації в діяльності підприємства мають подвійну природу (стосовно управління об'єктами вони виступають причинами дезорганізації і одночасно ці причини є наслідком дезорганізації у діяльності підприємства та його підрозділів), що зумовлює необхідність виконання при проведенні заходів щодо зниження рівня дезорганізації аналізу причин та за можливості їхнє усунення. Аналіз причин виникнення дезорганізації у діяльності підприємства та його підрозділів дозволив встановити реальні причинно-наслідкові зв'язки

причин, які формують певний рівень дезорганізації. Для цього потребувалося дослідження підходів та інструментів впливу на дезорганізацію діяльності підрозділів підприємства залежно від їхніх характеристик підрозділів.

Виконане упорядкування причин дезорганізації в діяльності підприємства та його підрозділів дозволяє не лише проводити комплексний аналіз ситуації, що складається на підприємстві, але і виконувати профілактичні заходи для того, щоб підтримувати дезорганізацію на раціональному рівні. Використання упорядкування причин є підставою розробки методики оцінювання інтенсивності впливу причин різних груп на рівень дезорганізації в діяльності підприємства та його підрозділів.

Рівень дезорганізації діяльності підприємства має бути прийнятною величиною, яка забезпечує певну гнучкість і стійкість його діяльності, але при цьому не повинна перевищувати певних граничних значень, що призводить до наростання негативних наслідків цього явища.

Основою забезпечення прийнятності рівня дезорганізації в діяльності підприємства є використання інструментів впливу на рівень дезорганізації (елементи організаційного проектування, методи впливу на поведінку працівників і інструментарій, пов'язаний з ухваленням і реалізацією управлінських рішень).

Результативність використання інструментів впливу на рівень дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства багато в чому визначається характеристиками підрозділів, рівнем дезорганізації, який для них є допустимим або раціональним, а також наявністю часу та можливістю доступу до ресурсів. Тому визначено межі раціональності рівня дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства залежно від їхніх особливостей, характеристик та процесів, що складають зміст діяльності підрозділів, та виявлено вплив рівня дезорганізації в діяльності підрозділів на результати їхньої діяльності.

Нормативний та допустимий рівень дезорганізації діяльності підрозділів з різними характеристиками визначено виходячи з виявленого балансу організованості та дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства з використанням методу експертних оцінок. Експерти за вказаними критеріями і шістьма рівнями організованості – від високого до низького рівня - вибрали ті значення рівня організованості діяльності підрозділів, які слід вважати нормативними і допустимими для підрозділів з певними характеристиками. Підсумкові оцінки експертів організованості діяльності перетворено на оцінки її дезорганізації. Рівень дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства є величиною, зворотною рівню організованості діяльності підрозділів підприємства. Вибраний підхід до оцінювання нормативних і допустимих значень рівня дезорганізації в діяльності різних видів підрозділів підприємства від зворотного (до дезорганізації від організованості) зумовлений тим, що поняття дезорганізації діяльності ще не отримало однозначного та загальноприйнятого тлумачення і тому не сприймається однаково всіма експертами, тоді як поняття організованості (діяльності, функціонування тощо) є достатньо стійким і широко використовуваним.

Достовірність отриманих нормативних і допустимих значень рівня дезорганізації в діяльності підрозділів підприємства підтверджено наближенням фактичного рівня організованості діяльності підрозділів до його експертних оцінок.

Проведене дослідження підтвердило висунуте припущення про існування зв'язку рівня організованості діяльності підрозділів підприємства та показників, що характеризують результати діяльності підрозділів підприємства (обсяг діяльності (виконуваних робіт), втрати робочого часу та рівномірності завантаження персоналу).

УДК 658.012

*Білоусова А.Ю., аспірантка кафедри контролю та аудиту
Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля*

ТРАДИЦІЙНИЙ ТА ДИНАМІЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА: ПОРІВНЯННЯ

Управління підприємством, ухвалення й контроль виконання управлінських рішень потребують обов'язкового оцінювання стану підприємства, оскільки така оцінка є основою для реалізації функцій управління підприємством – точним виразом майбутніх цілей (для планування діяльності підприємства), індикативним виразом стану підприємства (прогнозування діяльності підприємства), еталоном для порівняння (контроль досягнутих результатів). Незважаючи на важливість оцінки стану підприємства, далеко не всі питання щодо такого оцінювання можна вважати вирішеними, оскільки більшість підходів базується на ретроспективній інформації, до того ж виключно фінансового характеру, й тому є недостатньою для інформаційного забезпечення управління підприємством. Тому потрібне динамічне оцінювання стану підприємства.

Динамічною на відміну від традиційної статичної пропонується визнати таку оцінку стану підприємства, яка не лише містить показники, які підприємство має на певний момент часу або досягло за певний проміжок часу, але й враховує шлях підприємства до їхнього досягнення. Тобто динамічна оцінка відображає стан підприємства не як точку у багатовимірному просторі, а як певну траєкторію руху підприємства у ньому.

Традиційний підхід дозволяє отримати оцінку стану підприємства на певний момент часу або за певний інтервал часу. Інтервальна оцінка є результатом порівняння показників на початок та кінець періоду. У межах пропонованого динамічного підходу оцінюється не лише стан підприємства, але й шлях, яким підприємство до нього прийшло. Традиційний підхід заснований на використанні ретроспективної інформації як фінансового, так і нефінансового характеру, а в динамічному оцінюванні можна використовувати не лише ретроспективну, але й імовірнісну перспективну інформацію для забезпечення комплексності, повноти та інформаційної цінності результатів оцінки. В межах пропонованого динамічного підходу пропонується надавати перевагу комплексним показникам діяльності підприємства.

Для будь-якої оцінки важливим є агрегування результатів: воно має бути достатнім, аби уникнути складності інтерпретації значної кількості незалежних результуючих показників, але не надмірним з метою запобігання усередненню та узагальненню значень важливих показників. Для традиційного підходу можливість агрегування при використанні виключно фінансових показників є середньою, а для спільного використання фінансових та нефінансових показників можливість агрегування - низькою (традиційний недолік підходу BSC та аналогічних підходів). Для пропонованого динамічного оцінювання стану підприємства можливість агрегування є варіабельною залежно від потреб користувача.

У традиційному оцінюванні стану підприємства використовуються виключно скалярні показники певної розмірності. Такі показники є доволі простими для сприйняття й дозволяють адекватно відобразити окремі аспекти стану підприємства на певний час або за певний інтервал часу. У пропонованому динамічному оцінюванні стану підприємства передбачається використовувати як скалярні, так і векторні показники – залежно від потреб користувача такої оцінки. Векторні показники ідеально відображають траєкторію руху підприємства у часі. У традиційному підході використовується незначна кількість фінансово орієнтованих показників (традиційні показники фінансового стану підприємства, наприклад [2,6]) або ж характерна для підходу BSC та аналогічних йому за призначенням та характеристиками підходів (детально розглянуті в [4]) доволі значна кількість показників різної розмірності. У пропонованому підході використовується обмежена кількість показників різної розмірності, але вони дозволяють доволі детально описувати стан підприємства.

Нарешті традиційний підхід майже не орієнтований на прогнозування діяльності підприємства. З метою подолання цього управлінського обмеження у пропонованому підході до оцінювання стану підприємства передбачається прогнозування на основі врахування траєкторії підприємства.

Принциповою відмінністю між традиційним та пропонованим динамічним підходом до оцінювання стану підприємства є погляд на підприємство: в межах традиційного підходу незалежно від виду показників підприємство зазначай розглядається як цілісна, але відособлена система, тобто вплив зовнішнього середовища в оцінюванні стану підприємства не враховується. На відміну від цього в динамічному підході передбачається оцінювання стану підприємства як цілісної системи, але з урахуванням відносин із зовнішнім середовищем.

Динамічне оцінювання стану підприємства потребує адекватних інструментів. У традиційному підході використовуються індексний метод, методи зіставлення та прямих розрахунків. Інструментарій динамічного оцінювання стану підприємства є складнішим, пропонується використовувати нечітку логіку та диференційні рівняння. Його використання не є незвичайним в описі економічних процесів, він дедалі більше знаходить використання у вирішенні окремих завдань управління підприємствами: наприклад, у діагностиці стійкості діяльності промислових підприємства [7], в управлінні фінансами підприємства [3], в аналізі кредитоспроможності підприємства [1]. В

оцінюванні стану підприємства можна використовувати й інші інструменти, наприклад, [5], але вони представляються надто складними, й, головне, на відміну від нечіткої логіки та диференційних рівнянь такими, що не припускають однократного налагодження із можливістю подальшого постійного застосування. Переваги та обмеження інструментів динамічної оцінки стану підприємства подано в табл. 1.

Обмеження розглянутих інструментів не є критичними і фактично зводяться лише до значного обсягу первинної роботи, який надалі компенсується цінністю отримуваних результатів. Додаткову складність складає лише необхідність додаткової якісної інтерпретації отриманих результатів при використанні диференційних рівнянь як основного інструменту динамічного оцінювання.

Таблиця 1

**Переваги та обмеження інструментів
динамічного оцінювання стану підприємства**

Інструмент	Переваги	Обмеження
Нечітка логіка	Простота та інтуїтивна зрозумілість; можливість врахувати майже будь-яку кількість чинників без надмірного зростання складності моделі; можливість апроксимації та вираження будь-яких аналітичних функцій	Необхідність розрахунку значної кількості функцій приналежності, яка швидко зростає разом із збільшенням антецедентів та кількості якісних рівнів
Диференційні рівняння	Максимально повний та прив'язаний до шкали часу опис динамічних процесів; можливість прогнозування змін стану об'єкта, який описується; можливість побудови, апроксимації та відображення регресивних та авторегресивних залежностей в сукупностях показників	Необхідність штучного визначення початкових умов, збереження достатньої чутливості моделі, додаткової якісної інтерпретації отриманих результатів

Динамічне оцінювання стану підприємства має бути достатньо простим, аби бути зручним для використання на практиці без додаткового навчання персоналу, має надавати можливість однозначного формування та інтерпретації результатів, тобто той самий набір початкових даних має, по-перше, приводити до того ж самого результату, а, по-друге, інтерпретація такого результату має бути однозначною й не залежати від суб'єктивних очікувань управлінця.

Динамічне оцінювання стану підприємства має забезпечувати достатню, але не надмірну чутливість, тобто зміна результатів має бути адекватною зміні початкових даних. Надто висока, так само, як і недостатня чутливість оцінювання веде до неінформативності результату або його інтерпретація потребує надто значних зусиль.

Динамічне оцінювання стану підприємства має бути орієнтованим на потреби управління підприємствами, й тому його важливою характеристикою є його управлінська цінність. Нарешті, динамічне оцінювання має бути економічно обґрунтованим, тобто управлінська цінність його результатів має бути більшою, ніж витрати часу та ресурсів.

Отже, недостатність існуючих підходів до оцінювання стану підприємства та їхня переважна орієнтація на фінансові показники зумовили необхідність використання динамічної оцінки. Такий підхід не відкидає традиційний підхід до оцінювання на основі фінансових показників, але дозволяє збагатити результати оцінювання додатковою інформацією, що має цінність для управління. Як інструменти динамічного оцінювання стану підприємства доцільно використати нечітку логіку та диференційні рівняння.

Список використаних джерел:

1. Загашвили Ю. В. Применение нечетко-множественного подхода для анализа кредитоспособности : [Электронный ресурс] / Ю. В. Загашвили, Н. Ю. Рябинова, Н. Н. Шляго — Режим доступа: Режим доступа: <http://www.ibci.ru/konferencia/AREMPM/st040.htm>
2. Макарьева В. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организаций : [учебное пособие] / В. И. Макарьева, Л. В. Андреева. — М.: Финансы и статистика, 2004. — 262 с.
3. Недосекин А. О. Применение теории нечетких множеств к задачам управления финансами / А. О. Недосекин // Аудит и финансовый анализ. — 2000. — №2. — С. 19 - 26.
4. Попов Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия / Д. Попов // Управление компанией. — 2003. — № 2. — С. 30 - 38.
5. Рейфе Г. Факторный, дискриминантный и кластерный анализ / Г. Рейфе; пер. с англ. — М.: Финансы и статистика, 1989. — 241 с.
6. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : [учебное пособие] / Галина Владимировна Савицкая. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 336 с.
7. Ячменьова В. М. Идентифікація стійкості діяльності промислових підприємств : [монографія] / Валентина Мар'янівна Ячменьова. — Сімферополь: Доля, 2007. — 340 с.

УДК 330.45

*Голованенко М.В., к.е.н., доцент
кафедри теоретичної та прикладної економіки
Київський національний університет ім. Т. Шевченка*

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ АПАРАТУ МОДЕЛЮВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АПК УКРАЇНИ

На думку багатьох дослідників, АПК України є одним із пріоритетних секторів, здатних забезпечити сталий розвиток вітчизняної економіки в цілому. Це підтверджується тим фактом, що в умовах глобальної нестабільності, породженої наслідками світової фінансово-економічної кризи, підприємства АПК України проявили доволі високу стійкість порівняно з підприємствами інших галузей. Існує обґрунтована думка, що для реалізації прихованих резервів АПК необхідно активно впроваджувати передові інформаційні технології та інструменти оптимізаційного моделювання [1, с.16-17].

Додатковим фактором необхідності розвитку інструментів моделювання є створення й активний розвиток потужних агропромислових холдінгів, які здатні запроваджувати інформаційні технології у практику свого господарювання. Нові управляючі структури потребують також і нових інструментів прийняття рішень, орієнтованих на оптимізацію бізнес-процесів з врахуванням їх специфіки. Проте використання інструментів планування підприємствами АПК, серед яких найбільш потужними є економіко-математичні моделі, стримується через наявність ряду проблем та перешкод. Розглянемо типові проблеми використання найбільш поширених інструментів моделювання.

На перше місце за поширенням варто поставити економетричні моделі, оскільки їх розроблено справді чимало. Проте кількість не завжди переходить у якість, тому все частіше висловлюються критичні застереження щодо невиправданого й некоректного застосування такого роду моделей. Так у роботі С.І. Наконечного, С.С. Савіної, Т.С. Наконечного зазначається, що «... багато економістів використовують економетричні методи для побудови відповідних моделей ... По-перше, використання цих методів передбачає виконання відповідних передумов щодо статистичних даних, але ці умови практично ніколи не виконуються; по-друге, оцінені параметри на основі статистичних даних, акумулюють недоліки процесів, які вивчаються, а, отже, неправомірно використовувати такі залежності у практиці планування. Тобто, усі вищезгадані економіко-математичні моделі будуть неадекватними реальним процесам та явищам» [1, с. 18-19]. Тобто, на думку вказаних авторів, економетричні моделі є взагалі непридатними для вирішення задач планування у практиці господарюючих суб'єктів. Ми не були б настільки категоричними в оцінці усіх такого роду моделей, але цілком погоджуємося з висновком згаданих вище дослідників щодо основної їх маси.

Тому стосовно економетричних моделей ситуація виявляється парадоксальною. Хоча з формальної точки зору їх розробка є простою й доступною будь-якому фахівцю з мінімальними навичками роботи з програмними засобами, але в дійсності якісну модель можуть розробити лише висококваліфіковані професіонали, що мають глибокі знання в цій галузі та досвід роботи. В іншому випадку дуже висока імовірність отримання результату, який є предметом вище наведених критичних висловлювань С.І. Наконечного та інших науковців.

Другий тип моделей, що можуть бути використані для зменшення невизначеності в діяльності підприємств АПК, розробляється з використанням апарату теорії ігор (точніше її окремого напрямку – теорії статистичних рішень). Ці інструменти мають основним завданням зменшення невизначеності при прийнятті рішень, проте їх практичне використання також пов'язане з певними складнощами.

Перша складність полягає в трудомісткій процедурі формалізації економічної ситуації в термінах теорії ігор (побудови платіжної матриці). Другою специфічною проблемою є відсутність єдиного критерію вибору оптимальної стратегії. В дійсності існує кілька критеріїв, найвідомішими з яких є критерії Вальда (крайнього песимізму), Байєса-Лапласа, Севіджа («критерій жалю»), Гурвіца та інші [2, с.48-50]. Проблема полягає в тому, що навіть після побудови платіжної матриці може трапитися така ситуація, що за різними критеріями виявляються оптимальними різні стратегії. Таким чином, хоча рівень невизначеності й знижується, проте однозначного варіанту оптимального рішення може й не існувати. Третьою перешкодою є недостатня обізнаність з можливостями апарату теорії ігор вітчизняних фахівців-практиків.

Третій тип моделей, що дозволяють вирішувати задачу зниження невизначеності при прийнятті рішень, є оптимізаційні моделі. Такий тип моделей є високоефективним засобом зниження невизначеності, пов'язаної зі

складністю вибору оптимального варіанту через надзвичайно велику кількість допустимих варіантів. Проте мінімізація невизначеності, пов'язаної з імовірнісним характером досліджуваних явищ, передбачає додаткову адаптацію стандартних оптимізаційних моделей.

Врахування фактору невизначеності в діяльності підприємств АПК допускає кілька альтернативних підходів. Один з найцікавіших з них полягає у використанні стохастичних лінійних оптимізаційних моделей. Приклад застосування такого роду моделей для оптимізації виробництва та переробки льону наводиться в роботі Т.С. Наконечного [3, с.69-71]. Її перевагами є поєднання багатокритеріальності (використання трьох цільових функцій) та стохастичності в моделі для максимально повного врахування невизначеності, яке може бути реалізоване в рамках стохастичної моделі лінійного типу. Переваги використання моделі саме лінійного типу, як відомо, полягають у наявності надійних та швидких алгоритмів, які гарантують пошук оптимального розв'язку навіть для задач високою розмірності, що виникають на практиці.

Але специфіка агропромислових підприємств полягає в тому, що їх діяльність часто пов'язана з проблемами оптимізації матеріальних потоків, розподілених на значній території, для чого може бути використана транспортна задача. Для більш повного врахування невизначеності у вартості перевезень, коливання попиту на ресурси або нестабільності обсягів поставки ресурсів через випадкові коливання врожайності культур та інші обставини. Проте в літературі розглядаються стохастичні модифікації транспортної задачі, частково або повністю здатні враховувати невизначеність, обумовлену змінами у вартості перевезень, коливанням попиту на ресурси або нестабільністю обсягів поставки ресурсів.

Певним фактором, що стримує поширення використання стохастичних транспортних задач в практичній діяльності підприємств взагалі та агропромислових підприємств зокрема, є брак доступних програмних засобів, які не просто реалізують алгоритми розв'язку такого роду задач, але й орієнтуються на оптимізацію конкретних бізнес-процесів підприємств.

Крім трьох вище розглянутих типів, також можна виділити як окремий тип імітаційні моделі. Це гнучкий та доволі ефективний інструмент дослідження систем та процесів різної природи, проте його певною вадою є складність застосування у шаблонному режимі.

Таким чином, для підвищення ефективності бізнес-процесів агропромислових холдінгів в умовах невизначеності потенційно можуть бути використані чотири основних типи моделей. Безпосередньо на нейтралізацію негативного впливу невизначеності на бізнес-процеси підприємств АПК орієнтовані стохастичні оптимізаційні моделі. Необхідність оптимізації матеріальних потоків, розподілених на значній території, обумовлює доцільність застосування стохастичної транспортної задачі. Перспективи її використання для підвищення ефективності логістичних процесів агропромислових холдінгів полягають у появі нових способів розв'язку такого

роду задач, які забезпечують більш повну відповідність оптимальних планів реальним невизначеним умовам діяльності.

Список використаних джерел

1. Наконечний С.І. До питання математичного моделювання техніко-економічних процесів АПК / С.І. Наконечний, С.С. Савіна, Т.С. Наконечний // Економіка АПК. – 2009. – №1. – С.16-21.
2. Лабскер Л.Г. Новый подход к определению оптимальности относительно выигрышей в играх с природой / Л.Г. Лабскер // Бизнесинформ. – 2010. – № 4. – С.48-50
3. Наконечний Т.С. Оптимізація процесів вирощування та переробки льону в умовах невизначеності / Т.С. Наконечний, М.В. Вашиків // Моделювання та інформаційні системи в економіці. – 2011. – №83. – С.65-73.

УДК 352.075: 338.465.4

Головюк О.О.,

радник міського голови м. Черкаси

ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ОРГАНАХ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ – ШЛЯХ ДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Одним із принципів місцевого самоврядування визначають народовладдя, адже територіальна громада є первинним суб'єктом місцевого самоврядування, основним носієм його функцій і повноважень, а отже, і головним індикатором ефективності його реалізації органами місцевого самоврядування. В свою чергу рівень функціонування органів самоврядування визначається якістю та повнотою послуг, прозорістю прийняття рішень, соціальною справедливістю в обслуговуванні громадських потреб.

Однією з найбільших проблем, що сьогодні постають перед суспільством, є потреба в розвиненні та підтримуванні довіри громадян до своїх суб'єктів самоврядування та своїх інституцій. Зважаючи на це, суб'єкти місцевого самоврядування мають відігравати важливу роль у створюванні сталих місцевих громад, в яких надання якісних, економічно ефективних та узгоджених публічних послуг сприяє сталому економічному розквіту і соціальній справедливості на місцевому рівні, розгортаючись та взаємодіючи послідовно й узгоджено з національною та регіональною політикою.

Хоча потреби та очікування місцевих громадян можуть значною мірою різнитися в різних частинах світу, суб'єкти місцевого самоврядування в усьому світі діють за вищих рівнів демократії, і це вимагає від них підвищувати свою здатність виконувати свої обов'язки дієво та прозоро.

Проте, для всіх очевидні системні проблеми, які зазвичай виникають у діяльності органів місцевого самоврядування, і які спричиняють негативні наслідки, а саме:

- конфлікт повноважень під час виконання завдань;
- розпорошеність відповідальності за кінцевий результат;
- втрата зайвого часу на багаторазове перероблення документів через відсутність єдиних вимог до форми, структури і змісту типових документів;
- втрата оперативності при зборі, отриманні та передачі інформації;
- залежність якості роботи організації від плинності кадрів;
- недостатнє інформування, як в середині установи, так і поза її межами;
- розпорошення зусиль по багатьох напрямках, неможливість

встановлення пріоритетності.

Це, звичайно, веде до того, що назовні виходить неякісний документ чи послуга.

Причинами цих проблем, як правило, є:

- нечітке розмежування відповідальності між структурними підрозділами;
- нерівномірний розподіл завдань, який спричиняє конфлікт між кваліфікацією (компетентністю) і завданнями, що ставляться (посадовими обов'язками);
- відсутність чіткої структури процесів та їх опису у внутрішніх нормативних документах;
- неефективне виконання функції контролю за якістю відпрацювання документів з точки зору їх змісту, структури і форми.

Для вирішення вищезгаданих проблем потрібно будувати таку систему управління, яка стабільно забезпечуватиме якісний результат незалежно від впливу зовнішніх та внутрішніх змін. Це означає, що ця система має бути чутливою до таких змін і вчасно трансформуватися для забезпечення якості надання послуг.

Система управління якістю — це засіб, за допомогою якого суб'єкт місцевого самоврядування може спрямовувати та контролювати свою діяльність з тим, щоб задовольняти потреби та очікування місцевої громади.

Як свідчить світовий досвід, найбільш прогресивним напрямком у підвищенні результативності та ефективності роботи державних органів є системний підхід до організації діяльності, що базується на принципах загального управління якістю і відповідних міжнародних стандартах з управління якістю. Системний підхід полягає у координації усіх аспектів діяльності, постійному плануванні, управлінні взаємопов'язаними процесами для результативного та ефективного досягнення цілей.

Система управління, побудована за такою моделлю, охоплює усі організаційні, ресурсні, методологічні і, що найбільш важливо, соціальні фактори, веде до помітного підвищення ефективності управління, націлена на безперервний саморозвиток і удосконалення.

Водночас система управління, яка будується за процесним принципом, містить внутрішні механізми, що забезпечують її постійне вдосконалення (це система моніторингу та аудиту процесів). Така система управління дозволить швидко реагувати на виявлені невідповідності, визначати причини їх появи та проводити коригувальні дії з вдосконалення діяльності.

Система управління якістю дозволяє чітко визначити і управляти взаємопов'язаними та взаємодіючими процесами, правильно поставити і досягти вимірні цілі діяльності. При цьому стає можливим:

- краще розуміння і узгодженість діяльності у сфері якості у всій організації;
- підвищення продуктивності праці, а, отже, зниження затрат за рахунок оптимізації існуючих засобів та ресурсів;
- чіткий розподіл відповідальності між усіма співробітниками щодо реалізації поставлених цілей та завдань;

- усунення надлишкових функцій;
- уніфікація документообігу;
- внутрішній контроль, спрямований на оперативне усунення виявлених невідповідностей, коригування і впровадження попереджувальних дій;
- створення фундаменту для постійного удосконалення діяльності;
- зростання можливостей для інституцій, які керують дотаційними програмами та потенційних інвесторів;
- зростання престижу органу влади та службовців, які в ньому працюють.

Якісна робота органу місцевого самоврядування є невід’ємною частиною його позитивного сприйняття в суспільстві. Адже пересічний громадянин оцінює функціонування установи через власний досвід, який базується на контактах зі службовцями. Так, ключовою вимогою системи управління якістю є “орієнтація на клієнта”, що накладає на організацію, яка ефективно впровадила таку систему, обов’язок перманентного вдосконалення процесів, які пов’язані з обслуговуванням клієнта.

Також не можливо забезпечити відповідний рівень якості послуг без ефективно функціонуючого процесу циркуляції інформації. Занадто пізній доступ до інформації або надсилання не актуальної інформації інколи буває надто дорогою помилкою, а результати потім не можна змінити. Система управління якістю, через свої механізми діяльності (прийняття рішень на основі фактів, внутрішніх аудитів, циклічних переглядів функціонування організації), сприяє творенню атмосфери відкритості та робить ефективною внутрішню та зовнішню комунікацію.

Впровадження стандарту забезпечує обізнаність працівників щодо встановлених цілей і завдань установи, залучення усього персоналу до їх виконання, підвищення відповідальності кожного з них за результат своєї роботи. Виконання вимог стандарту сприяє налагодженню взаємозв’язку між підрозділами. Внаслідок більш раціонального використання робочого часу та удосконалення процесу навчання персоналу, різнобічного підвищення кваліфікації працівників покращується виконавча дисципліна, кваліфікаційний рівень та мотивація.

Підбиваючи підсумок, слід зазначити, що система управління якістю— це ефективна модель управління, яка дозволяє оперативно реагувати на будь-які зміни, а також дієвий інструмент для аналізу роботи установи, котрий дозволяє бачити вузькі місця і своєчасно впроваджувати запобіжні та коригувальні заходи.

Отже, система управління якістю призвана стати невід’ємною частиною загальної культури органів місцевого самоврядування, поширюватися на всі рівні управління і кожний співробітник зобов’язаний брати в цьому участь. Ініціатива, творчість та досконалість – це право кожного працівника в його повсякденній роботі, а основною місією органів влади є як задоволення потреб територіальної громади в цілому, так і потреб кожного її члена, тобто кожного мешканця.

*Ібрагімов Е.Е., к.е.н., доц. кафедри фінансів та туризму
Кримський факультет Запорізького національного університету*

СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗНАТЬ ТА ЯКІСТІ ПІДПРИЄМСТВА: РІВНІ ВЗАЄМОДІЇ

Існує нерозривний зв'язок між якістю і знаннями, між менеджментом якості і менеджментом знань. Професіонали якості можуть використовувати її для створення на підприємстві механізмів управління знаннями в цілях підвищення його конкурентоспроможності.

Ключ до цього - усвідомлення цього зв'язку і використання його для того, щоб управління знаннями стало простішим і значущим для співробітників підприємства. Тоді працівникам легше зрозуміти, куди рухається підприємство і навіщо. Взаємозв'язок між керівниками і співробітниками спрощується, оскільки напрями їх зусиль із поліпшення усім зрозумілі.

Фахівці можуть використовувати ініціативи в області менеджменту якості для створення ефективного механізму поширення знань [1, с.65]. Загальним в управлінні якістю і управлінні знаннями є:

- орієнтація на споживача;
- активне залучення до діяльності керівників;
- підвищення значущості залучення співробітників;
- аналіз даних і інформації для ухвалення правильних рішень;
- цілеспрямована комунікація для формування довіри, поширення знань, досвіду, результатів діяльності і перспективних напрямів робіт;
- прийняття помилок як основи для навчання;
- самооцінка як механізм управління постійними удосконаленнями.

Ефективність взаємозв'язку якості і знань багато в чому залежить від рівня менеджменту якості, на якій знаходиться підприємство.

На першому рівні підприємство має ефективну систему управління якістю із застосуванням стандартів серії ISO 9000, які гарантує наявність послідовності процесів для постачання своїм споживачам якісної продукції та визначають самооцінку як найважливіший інструмент безперервного поліпшення діяльності організації.

На другому рівні на підприємстві створюється система бізнесу світового класу, відповідна, наприклад, критеріям американської премії за якістю імені М. Болдріджа. Впровадження стандартів ISO серії 9000 роздивляються як проміжний етап, який дозволить підготуватися до здобуття цієї премії, використовуючи критерії премії як модель підвищення конкурентоспроможності організації. Критерії премії імені М. Болдріджа включають сім основних блоків, що характеризують ефективність підприємства, зокрема лідерство, стратегічне планування, орієнтація на споживачів, оцінки, аналіз і управління знаннями, людські ресурси, управління процесами і ділові процеси [2, с.36].

Важливою перевагою системи критеріїв, використовуваних при оцінці здобувачів премії імені М. Болдріджа, є їх несуперечність з другими діями компаній в області підвищення якості. Тому їм не приходиться передивлятися

свої системи менеджменту якості у зв'язку з участю в конкурсі на здобуття цієї премії.

Ефективність взаємозв'язку якості і знань багато в чому залежить від рівня менеджменту якості, на якій знаходиться підприємство.

На першому рівні підприємство має ефективну систему управління якістю із застосуванням стандартів серії ISO 9000, які гарантує наявність послідовності процесів для постачання своїм споживачам якісної продукції та визначають самооцінку як найважливіший інструмент безперервного поліпшення діяльності організації.

На другому рівні на підприємстві створюється система бізнесу світового класу, відповідна, наприклад, критеріям американської премії за якістю імені М. Болдріджа. Впровадження стандартів ISO серії 9000 роздивляються як проміжний етап, який дозволить підготуватися до здобуття цієї премії, використовуючи критерії премії як модель підвищення конкурентоспроможності організації. Критерії премії імені М. Болдріджа включають сім основних блоків, що характеризують ефективність підприємства, зокрема лідерство, стратегічне планування, орієнтація на споживачів, оцінки, аналіз і управління знаннями, людські ресурси, управління процесами і ділові процеси [2, с.78].

Важливою перевагою системи критеріїв, використовуваних при оцінці здобувачів премії імені М. Болдріджа, є їх несуперечність з другими діями компаній в області підвищення якості. Тому їм не приходиться передивлятися свої системи менеджменту якості у зв'язку з участю в конкурсі на здобуття цієї премії.

Система бізнесу світового класу йде далі за гарантії постачань якісної продукції і послуг, охоплюючи ширший круг видів і напрямів діяльності підприємства. Стратегічне планування, знання споживачів, добробут тих, що служать, партнерські стосунки з постачальниками - ось лише деякі з додаткових процесів, які мають бути впроваджені на підприємстві світового класу.

На третьому рівні підприємство визнає важливість накопичених знань і активів і використовує їх для отримання конкурентних переваг. Як підприємство, що активно вивчає передовий досвід, воно ефективно функціонує у рамках нових економічних стосунків, побудованих на знаннях.

Проте це не єдині методи, які підприємство може використовувати. Будь-яка система менеджменту якості або система бізнесу світового класу може працювати, якщо вона гнучка і враховує тенденції розвитку сучасних методів підвищення ефективності за рахунок інноваційних процесів.

Система бізнесу світового класу йде далі за гарантії постачань якісної продукції і послуг, охоплюючи ширший круг видів і напрямів діяльності підприємства. Стратегічне планування, знання споживачів, добробут тих, що служать, партнерські стосунки з постачальниками - ось лише деякі з додаткових процесів, які мають бути впроваджені на підприємстві світового класу.

На третьому рівні підприємство визнає важливість накопичених знань і активів і використовує їх для отримання конкурентних переваг. Як підприємство, що активно вивчає передовий досвід, воно ефективно функціонує у рамках нових економічних стосунків, побудованих на знаннях.

Проте це не єдині методи, які підприємство може використовувати. Будь-яка система менеджменту якості або система бізнесу світового класу може працювати, якщо вона гнучка і враховує тенденції розвитку сучасних методів підвищення ефективності за рахунок інноваційних процесів.

Список використаних джерел:

1. Ефимов, В. В. *Управление знаниями: учебное пособие* / В. В. Ефимов. - Ульяновск: УлГТУ, 2005.- 111 с. ISBN 5-89146-724-0
2. Ребрин Ю.И. *Управление качеством*. / Ю.И. Ребрин. – Москва: Инфра-М, 2008. – 224 с. ISBN 978-5-16-002493-6

УДК 338

Кім Н.Ю., студентка групи 5-МО (3)

Куценко М.О., ст.викладач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

РОЛЬ, МІСЦЕ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ОПЕРАЦІЙНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Підвищення ефективності виробництва продукції (послуг) - одна із головних задач розвитку економіки на теперішньому етапі будівництва незалежної України. Необхідною умовою їх вирішення є удосконалення прийняття управлінських рішень, в першу чергу економічно їх обґрунтовуючи. Під виробництвом, в основному, розуміють випуск продукції в результаті переробки сировини. Операційні (виробничі) системи мають більш ширше призначення, вони включають в себе не тільки виробництво продукції, а і надають послуги клієнтам (замовникам).

Уявлення операційної системи підприємства як складної управлінської системи, в якій техніко-економічні процеси відображаються в виді руху і перетворення інформації є найбільш перспективними для отримання ефективних результатів в рамках підходу до економічного обґрунтування управлінських рішень, пов'язаних з менеджментом операційної системи підприємства.

Особливістю змісту операційної системи є те, що насамперед її елементами виступають люди й машини. Крім того, виявляється, що більшість подібних систем перетворюють одну кількість ресурсів-входів (матеріали, гроші) в іншу, більш цінну кількість ресурсів-виходів (товари, послуги). Тому така система, як правило, містить чотири класи елементів: люди, машини, матеріали і гроші. Така система є основою всього будь-якого підприємницького процесу, досконалість взаємодії її елементів забезпечує ефективність діяльності підприємства і його успішність на ринку.

Основною метою виробничого підприємства є створення і виробництво конкурентоспроможних товарів. В умовах розвиненої ринкової економіки одними з основних факторів, що визначають конкурентоспроможність товарів,

є так звані конкуруючі пріоритети, до числа основних з яких відносяться своєчасність постачання продукції, швидкість виконання замовлення на продукцію, витрати, пов'язані з її виготовленням, якість товарів і послуг, гнучкість. Поліпшення конкуруючих пріоритетів і підвищення на цій основі конкурентоспроможності є основною метою такої діяльності виробничого підприємства як управління операціями.

Операційний менеджмент має відношення до однієї з трьох базових функцій будь-якої організації - виробництва, головний зміст якої полягає у діяльності зі створення товарів споживчого призначення. Особливістю його є спрямованість на рішення завдань основної діяльності, які мають стратегічну важливість для виробничого підприємства. Тобто, операційний менеджмент - це система реалізації управлінських рішень щодо розробки, проектування, планування, контролю, забезпечення та організації функціонування виробничих систем підприємства.

Операційну систему виробничого підприємства зазвичай поділяють на три підсистеми: планування і контроль, виробництво, забезпечення. Р.А. Фатхутдинов притримується дещо іншої точки зору, виділяючи серед складових операційної системи виробничого підприємства такі підсистеми: цільову, підсистему забезпечення, функціональну і управлінську. М.В. Макаренко та О.М. Махаліна визначають виробничу систему як сукупність технічних, технологічних, кадрових, просторових ресурсів, ресурсів організаційної структури системи управління, інформаційних та фінансових ресурсів. Дані види ресурсів є складовими системи виробництва, оскільки деякі з них належать іншим системам підприємства, покликаним забезпечувати нормальне функціонування виробничого процесу відповідно до своїх задач. Вони мають чітко визначені завдання, цілі та функції, наприклад, фінансові ресурси не можуть бути ресурсами виробничої системи, оскільки вони належать фінансовій системі підприємства, яка, оперуючи ними, забезпечує задоволення матеріальних потреб виробництва та працівників і безпосередньої участі в процесі виробництва продукції, на відміну від персоналу та технології, не приймає.

На сучасному етапі розвитку економіки виникають нові вимоги до методичних розробок щодо формування системи менеджменту на підприємстві. Із зарубіжної практики до нас входить поняття "операційний менеджмент", сутність якого досі чітко не окреслена, і тому він часто замінюється на поняття "виробничий менеджмент". Більшість науковців, не достатньо досліджуючи природу операційного менеджменту, ідентифікують його з виробничим і тим самим стримують розвиток нових виробничих відносин у межах реально діючих принципів і підходів операційного менеджменту. Ідентифікація понять "виробничий" та "операційний менеджмент" призводить до того, що поняття "операційна система" переводиться до поняття "система технологічних операцій".

Операційна система – поняття значно ширше, так як носить регулюючий характер з явно вираженими управлінськими функціями. Операційна система

створюється та функціонує враховуючи стратегію операційної діяльності, яка в свою чергу, є однією з функціональних стратегій розвитку організації.

Методичне забезпечення функціонування операційних систем виробничого підприємства на сьогоднішній день вимагає бажати кращого. Відсутність систематизації методичного забезпечення функціонування операційної системи призводить до певного дисбалансу в практичному застосуванні окремих методик, а тому потребує подальшого системного вдосконалення.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук В.Г. *Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність* / В.Г. Герасимчук - К.: Вища шк., 1995. - 310с.
2. Гурне Б. *Державне управління: Пер. з франц.* / Б. Гурне - К.: Основи, 1993. - 165 с.
3. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. *Основи менеджмента* / Пер.с англ. - М.: Дело, 1992. - 702 с.

УДК 336

Пугач В.В., студент групи 6-МО (3)

Пасєка С.Р. к.е.н, доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Організаційно-економічний механізм управління підприємством – це сукупність організаційних і економічних важелів (кожному з яких властиві власні форми управлінського впливу), що чинять вплив на економічні і організаційні параметри системи управління підприємством, що сприяє формуванню та посиленню організаційно-економічного потенціалу, отриманню конкурентних переваг та ефективності діяльності підприємства в цілому.

Доцільно зауважити, що розробку ділової стратегії підприємству потрібно вести по трьох основних напрямках: а) рішення питання про сферу з найбільшими шансами виграшу в конкурентній боротьбі; б) розробка характеристик продукції, здатних залучити покупців і виділити підприємство з середовища інших конкурентів; в) нейтралізація конкурентних заходів противників.

Отримання економічного ефекту можливо лише за умови, коли паралельно із впровадженням інформаційних технологій на підприємстві проводиться робота із реорганізації структури управління. Побічно, впровадження інформаційних технологій веде до покращення якості управлінського рішення та результативності діяльності компанії у цілому. Організація сприймається як живий організм, у якого, як у будь-якого індивідуума, не існує межа вдосконалення. Зміни, рух вперед, до кращого - означають життя, а зупинка руху незворотно веде до деградації та руйнування.

У процес поліпшення залучаються всі співробітники компанії, і в першу чергу, як не дивно, - операційні працівники та лінійні керівники. Адже для нас більш знайома ситуація, коли ініціатива змін виходить від керівника вищого, в крайньому випадку, середньої ланки. Кожен співробітник повинен бути причетний до долі та успіхів компанії і може проявляти свою причетність у вигляді раціоналізаторських пропозицій, які направлені на поліпшення якості

продукту або послуги, удосконалення процесів, отже - на задоволення потреб клієнта.

В процесі дослідження з'ясовано, що організаційні структури управління підприємством в сучасних умовах мають бути гнучкими і швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища. При побудові нових організаційних структур управління та механізму управління необхідно враховувати ступінь децентралізації, який характеризується такими показниками, як кількість автономних структурних підрозділів підприємства, його дочірніх підприємств, філій; ступінь самостійності та рівень ієрархії організаційної структури; частка обсягу виробленої продукції відокремленими підрозділами та частка працівників, які задіяні у виготовленні даного обсягу продукції.

Зроблено висновок, що на сьогодні ПАТ «ЧЕРВОНА ЗІРКА» – підприємство, яке має досить широкий асортимент високоякісної продукції, яка користується попитом не тільки на вітчизняних ринках, але й закордоном.

Проаналізовано та виявлено, що з метою підвищення ефективності системи управління на підприємстві використовують інтегровану систему управління «1С: Підприємство 8.1 Управління виробничим підприємством для України».

Досліджено функціонування системи управління на базі програмного забезпечення «1С: Управління виробничим підприємством 8» та доведено, що її використання дозволило підприємству автоматизувати процеси пов'язані з проектуванням нових видів продукції, розробкою технологій, нормування і оплати праці, що в свою чергу дозволило частину основних працівників перевести на погодинну оплату праці.

Обґрунтовуються рекомендації, щодо оптимізації функціонування системи управління підприємством, а саме доцільність застосування двох підходів: організаційного та функціонального. Організаційний підхід полягає в реорганізації структури управління ПАТ «ЧЕРВОНА ЗІРКА». Функціональний підхід полягає в перерозподілі функцій у межах однієї чи кількох структурних одиниць (підрозділів) підприємства.

Використання інформаційних технологій дасть можливість поліпшити систему управління на підприємстві. На підприємстві потрібно застосувати наступні інформаційні технології: електронну пошту, глобальну мережу Інтернет, створити всередині підприємства електронний форум, застосувати новітні соціальні мережі (Skype, Google та інших). Це дозволить ПАТ «ЧЕРВОНА ЗІРКА» автоматизувати систему управління підрозділів підприємства, удосконалити обмін інформацією між службами і керівництвом підприємства.

Запропоновано для поліпшення системи управління персоналом використати японський досвід застосування концепції кайзер, яка полягає в проголошенні того, що все має піддаватися постійному перегляду. Ніщо не є статичним, рівновага відсутня. Зміни зводяться до незначних модифікацій, але постійно. Саме це дозволяє гарантувати постійний прогрес.

Список використаних джерел:

1. Щур О. Сучасний погляд на персонал // *Практика управління*. - 2008. - № 6. - с.35-40.
2. Ямпольська І.Л. Застосування концепції маркетингу на українських підприємствах // *Теорія і практика управління*, №5, 2003.
3. Бобровник В.М. проблеми та перспективи впровадження ефективної моделі корпоративного управління в Україні // *Науковий вісник Чернівецького державного університету ім. Федьковича*. Зб. наук. праць: серія економіка. – 2002. – Випуск 141 – 141. – С. 160 – 164.

УДК 659

Толкачів Д.О., аспірант

кафедра «Стратегическое управление экономическим развитием»

Донецкий национальный технический университет

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ ОБЗОР СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА РЫНКЕ УКРАИНЫ

С момента изобретения электронных вычислительных машин объем решаемых ими задач возрастал с каждым годом. Постепенно на ЭВМ стали решаться не только сугубо математические задачи, но и прикладные задачи экономики. В 70х годах ХХ века ЭВМ использовались для решения бухгалтерских и статистических задач. В 1980х г.г. с появлением первых доступных персональных компьютеров начали внедряться системы оперативного управления предприятием. В 90х годах охарактеризовались появлением систем принятия решений, а также стратегических информационных систем.

Именно в 1990е годы компанией Gartner была окончательно сформирована идея ERP. ERP (англ. Enterprise Resource Planning, планирование ресурсов предприятия) — организационная стратегия интеграции производства и операций, управления трудовыми ресурсами, финансового менеджмента и управления активами, ориентированная на непрерывную балансировку и оптимизацию ресурсов предприятия посредством специализированного интегрированного пакета прикладного программного обеспечения, обеспечивающего общую модель данных и процессов для всех сфер деятельности [1].

Такая система должна обладать следующими функциями [2, с.23]:

1. Планирование продаж и производства.
2. Управление спросом.
3. Составление плана производства.
4. Планирование потребности в сырье и материалах.
5. Спецификации продукции.
6. Складская подсистема.
7. Отгрузка готовой продукции.
8. Управление производством на цеховом уровне.
9. Планирование производственных мощностей.
10. Контроль входа/выхода.
11. Материально-техническое снабжение.
12. Планирование запасов сбытовой сети.
13. Планирование и управление инструментальными средствами.

14. Финансовое планирование.
15. Моделирование.
16. Оценка результатов деятельности.

Крупнейшим мировым производителем ERP-систем является компания SAP и её продукты SAP R3 и SAP Business One. Первая ориентирована на крупные компании и состоит из следующих модулей, которые связаны между собой и функционируют в режиме реального времени: финансы (FI), управление проектами (PS), контроллинг (CO), производственное планирование (PP), управление основными средствами (AM), управление материальными потоками (MM), сбыт (SD), техобслуживание и ремонт оборудования (PM), управление качеством (QM), управление информационными потоками (WF), управление персоналом (HR), отраслевые решения (IS). В Украине такую систему используют многие крупные предприятия, среди которых ДМЗ – Донецксталь, ДСС – Днепропетросталь, Азовсталь, ИСТИЛ.

SAP Business One – решение компании для малого и среднего бизнеса. Эта система предоставляет широкие возможности для управления всеми основными аспектами малого предприятия: например, финансы, продажи, взаимоотношения с клиентами, закупки, запасы и операционная деятельность. Решение учитывает специфику малого бизнеса, и предоставляет гибкие инструменты для быстрого формирования показателей и мощного анализа деятельности предприятия [3].

Преимуществами продуктов данной компании является комплексность решений (сочетание ERP и CRM(системы управления взаимоотношениями с клиентами)), стабильность работы, а также универсальность готовых продуктов. Однако к недостаткам стоит отнести относительно высокую стоимость, большое время внедрения и тяжеловесность внесения изменений при их необходимости.

Второй по популярности на украинском рынке являются программы от компании 1С – 1С:Предприятие(версии 7.7-8.2). Программа 1С:Предприятие может иметь следующие типовые конфигурации:

- 1С:Бухгалтерия - предназначена для ведения бухгалтерского учёта
- 1С:Торговля и Склад - предназначена для ведения торгового учёта
- 1С:Зарплата и Кадры - предназначена для ведения кадрового учёта и расчёта зарплаты.

- 1С:Комплексная автоматизация(1С:Бухгалтерия + Торговля + Склад + Зарплата+Кадры) - предназначена для комплексного ведения учёта на предприятии

- 1С:Производство, Услуги, Бухгалтерия - Предназначена для ведения бухгалтерского учёта на предприятиях, оказывающих услуги или ведущих производственную деятельность.

К преимуществам данной системы можно отнести простоту внедрения, достаточно низкую стоимость, популярность, а как следствие персонал, владеющий данным продуктом. Недостатками 1С: Предприятие являются

слабая система защиты, техническая поддержка, которая зависит от региона и архитектурные ограничения совместимости баз данных в версии 7.7.

Третье место в Украине занимает компания Oracle. Наиболее популярный её продукт – это JD Edwards EnterpriseOne. Он включает в себя следующие группы модулей: управление финансами, управление жизненным циклом активов, управление проектами, управление взаимодействием с клиентами, управление персоналом, управление снабжением, управление эффективностью деятельности предприятия. К преимуществам этой системы можно отнести следующие качества: функциональная насыщенность, открытость программного кода. Однако недостатком данной системы является достаточно высокая цена для отечественного рынка, а следовательно ориентация в основном на крупные предприятия.

Кроме вышеперечисленных систем около четверти украинского рынка ERP систем занимают небольшие производители, среди которых следует выделить такие компании:

1. ООО "Дебет Плюс" - комплексный пакет «Дебет Плюс», который включает такие подсистемы: свод бухгалтерского баланса, учёт банковских операций, учёт кассовых операций, учёт товарно-материальных ценностей (склад, продажи, производство), учёт основных средств, учёт заработной платы, учёт кадров, управленческий учёт, CRM (Взаимодействие с клиентами), автотранспорт (учет транспортных средств, затрат ГСМ, ведение путевых листов), администратор комплекса.

2. Галактика – «Галактика ERP». Эта программа может включать такие модули: бухгалтерский и налоговый учет, складской учет, логистика, управление персоналом, управление производством, управление финансами, бюджетирование.

Несмотря на то, что вышеперечисленные программы не обладают комплексностью и универсальностью более популярных систем, их положительными сторонами является бесплатность приложения (платная только техническая поддержка).

Подводя итоги данного обзора можно утверждать, что рынок систем управления предприятием делится на 2 сегмента: крупные промышленные предприятия (ERP от SAP и Oracle) и малый средний бизнес (1С, Дебет Плюс, Галактика). При этом системы первого типа охватывают сегмент глобального управления компанией, исключая мелкие операции. Программам второго типа не достаёт надежности, присущей системам первого типа. Таким образом необходимо создание системы управления предприятием для малого среднего бизнеса, сочетающую высокую надежность и умеренную цену.

Список использованных источников:

1. Gartner – it glossary [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.gartner.com/technology/it-glossary/erp.jsp>– Загл. с экрана].
2. Информационные технологии в экономике и управлении. Учебное пособие. Слекенич Е. Г. Обнинск: МАСЗ, 2003. 164 с.
3. SAP – СНГ. Едино приложения для управления бизнесом [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://www.sap.com/cis/sme/solutions/businessmanagement/businessone/index.epx>

СЕКЦІЯ 3. УПРАВЛІННЯ ОБЛІКОВОЮ ТА ПОДАТКОВОЮ ПОЛІТИКОЮ

УДК 657.63:338

Андрусяк В.М., к.е.н., доцент,

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ВИТРАТ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В СИСТЕМІ ЗВІТНОСТІ

Звітність забезпечує кількісну інформацію для реалізації функцій планування, організації, мотивації та контролю. Для функції реалізації рішень інформація звітності необхідна для зіставлення понесених витрат і одержаних доходів і, як наслідок, управління витратами підприємства. Необхідність їх відображення в системі звітності обумовлена тим, що вони є базою для формування цінової політики підприємства, в результаті чого величина витрат істотно впливає на формування фінансових результатів, а також є основою для оцінки ефективності діяльності підприємства. Тому актуальним на сьогоднішній день є вивчення управлінського обліку витрат промислових підприємств в системі звітності.

Вивченню теоретичних та організаційно-методичних положень управлінського обліку витрат присвячено дослідження вітчизняних та зарубіжних вчених і науковців: Ф.Ф. Бутинця, А.М. Герасимовича, С.Ф. Голова, Г.Г. Кірейцева, Я.Д. Крупка, М.В. Кужельного, А.М. Кузьмінського, В.Г. Линника, Б.М. Литвина, О.В. Олійника, В.І. Подольського, М.С. Пушкара, В.В. Сопка, М.Г. Чумаченька. Проте недостатньо вивченими залишаються теоретико-методологічні та практичні аспекти управлінського обліку витрат промислових підприємств в системі звітності.

Завдання дослідження полягає в необхідності глибокого аналізу теоретичних та практичних аспектів управлінського обліку витрат промислових підприємств в системі звітності у сучасних умовах господарювання та обґрунтуванні напрямів спрощення складання звітності.

У господарській діяльності підприємства важливе значення має повна та достовірна інформація про фінансовий стан та результати діяльності, що відображається у бухгалтерській, податковій та статистичній звітності [1]. Звітність – це система узагальнених і взаємопов'язаних економічних показників поточного обліку, які характеризують результати діяльності підприємства за звітний період [2].

Дані щодо понесених витрат операційної діяльності у звітному періоді відображається у фінансовій звітності промислового підприємства – формі № 1 “Баланс” та № 2 “Звіт про фінансові результати”, № 5 “Примітки до річної фінансової звітності”, № 6 “Додаток до приміток до річної фінансової звітності”, податковій звітності (Декларація з податку на прибуток підприємства та Податкова декларація з ПДВ) та статистичній звітності (Звіт про основні показники діяльності підприємства). Форма № 1 “Баланс” була

розроблена як додаток до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 2 “Баланс”. Його статті заповнюються за методикою заповнення, зазначеній у даному П(С)БО. Форма № 2 “Звіт про фінансові результати” заповнюються за методикою, визначеною у П(С)БО 3 “Звіт про фінансові результати” [3]. У Балансі за рядком 270 “Витрати майбутніх періодів” відображається вартість періодичних видань з питань законодавства, яка відноситься до звітного періоду. Вартість цих видань обліковується на рахунку 39 “Витрати майбутніх періодів”. Списання її здійснюється на рахунок 92 “Адміністративні витрати”, тому що підприємством може здійснюватися виписка періодичних видань для потреб адміністративного персоналу – бухгалтерів.

Операційні витрати, які підприємство зазнало у процесі своєї діяльності протягом звітного періоду відображаються у розділі II форми № 2 фінансової звітності “Звіт про фінансові результати”. Витрати, пов’язані з реалізацією продукції, відображаються розділі I даного звіту.

Крім того, операційні витрати відображаються у розділі II “Елементи операційних витрат”, де вони згруповані за елементами, тобто економічно однорідними витратами. Проте сума показників операційних витрат, які наведені в розділі I форми № 2, не дорівнює сумі показників за розділом II. Основною причиною цього є те, що крім витрат (адміністративних, витрат на збут та інших витрат операційної діяльності), які не можливо прямо пов’язати з доходом певного періоду і які знаходять своє відображення як і в першому, так і в другому розділах, у розділі I Звіту про фінансові результати відображають витрати пов’язані з реалізацією продукції, а в розділі II – витрати, пов’язані з виробництвом, як вже було зазначено вище. Виникає проблема, пов’язана з тим, що операційні витрати в середині самого Звіту не збігаються. Детальну інформацію про операційні доходи і витрати промислового підприємства можна віднайти у 5 розділі “Доходи і витрати” форми № 5 фінансової звітності – Примітки до річної фінансової звітності.

Інформація щодо забезпечень і резервів знаходиться у розділі 7 “Забезпечення і резерви”. В даному розділі за рядком 740 “Забезпечення наступних витрат на реконструкцію” відображаються витрати, що будуть понесені на ремонт або реконструкцію приміщень та обладнання, що використовуються у ході діяльності підприємства. За рядком 775 “Резерв сумнівних боргів” відображаються суми, що залишаються підприємством для покриття безнадійної дебіторською заборгованості. У розділі 10 “Нестачі і втрати від псування цінностей” відображаються витрати на збут продукції, які були понесені у результаті псування наявних товарно-матеріальних цінностей підприємства. У розділі 12 форми № 5 відображаються суми сплаченого податку на прибуток. Інформацію щодо амортизаційних відрахувань об’єктів основних фондів можна віднайти у розділі 13, який має назву “Використання амортизаційних відрахування”. Дані види витрат відносяться до складу інших витрат операційної діяльності, що обліковуються на рахунку 94 з аналогічною назвою. Витрати операційної діяльності, понесені у звітному періоді, зазначаються також у формі № 6 фінансової звітності “Додаток до приміток до річної фінансової звітності”.

Суми нерозподілених адміністративних, збутових та інших витрат операційної діяльності відображаються у формі № 6 за рядком 151 “Адміністративні, збутові та інші витрати операційної діяльності, не розподілені на звітні сегменти”. Інформація щодо понесених операційних витрат із реалізації продукції відображена у статистичній звітності – Звіті про основні показники діяльності підприємства, форми № 1-підприємство (річна), за пунктом 3 розділу 2 “Операційні витрати з реалізованої продукції (робіт, послуг)”. Інформація щодо сплати податків та зборів, що передбачено чинним законодавством України, знаходиться у формах податкової звітності – Декларації з податку на прибуток підприємства та Податковій декларації з податку на додану вартість. З метою удосконалення обліку витрат промислових підприємств потрібно змінити підхід до побудови Звіту про фінансові результати з метою узгодження показників операційних витрат, наведених у розділах I та II форми 2. Існуюча форма цього Звіту, за якою в розділах I та II відображаються одні й ті самі витрати (операційні, але відсутня їх сумарна відповідність), ускладнює аналітичну інтерпретацію. Результати операційних витрат за розділами I та II відрізняються. Тому доцільно поділити операційні витрати на:

- витрачені – ті, що пов’язані з виробництвом продукції (робіт, послуг) – розділ II форми 2;
- списані – ті, що пов’язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) – розділ I форми 2.

Відокремивши види операційних витрат можна вирішити методологічну невідповідність операційних витрат, наведених у розділі I Звіту про фінансові результати, операційних витратам, наведеним у розділі II [4].

Запропоновані коригування щодо виокремлення витрачених списаних операційних витрат дадуть можливість спростити складання фінансової звітності, її аналітичну інтерпретацію та порівняння операційних витрат, наведених у різних розділах та частинах фінансової звітності.

Список використаних джерел:

1. Гладчук Г.Г. *Управління витратами виробництва як необхідна ланка ефективного господарювання* / Г.Г. Гладчук // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2008. – №5. – С. 52–57.
2. Чабанова Н.В. *Фінансовий облік: підручник* / Н.В. Чабанова, Т.І. Єфименко. – К.: ВЦ «Академія». – 2007. – 204 с.
3. *35 положень (стандартів) бухгалтерського обліку. Закон України “Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні”. Положення про порядок бухгалтерського обліку окремих активів та операцій підприємств державного, комунального секторів економіки і господарських організацій, які володіють та/або користуються об’єктами державної, комунальної власності*. – К.: КНТ, 2011. – 344 с.
4. Грекова В.О. *Зв’язок показників операційних витрат у звіті про фінансові результати* / В.О. Грекова // *Бухгалтерський облік і аудит*. – 2010. – №7. – С. 22–26.

**ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ
УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ**

Діяльність суб'єктів господарювання в умовах ринкового середовища вимагає оптимізації матеріальних, фінансових, трудових витрат, здійснення обліку і контролю за витратами та об'єктивного визначення фінансових результатів. Напрямок на підвищення конкурентоспроможності підприємств потребує певних змін в методології управлінського обліку і контролю витрат, спрямованих на формування і надання достовірної та правильної інформації про витрати виробництва для прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо зіставлення доходів від реалізації конкретних заходів із витратами, пов'язаними з їх здійсненням. Тому виникає необхідність перегляду теоретичних і методологічних основ формування системи управлінського обліку витрат промислових підприємств.

Питання методології, теоретичного та практичного обґрунтування проблем пов'язаних із управлінським обліком витрат знайшли відображення в працях вітчизняних вчених: Ф.Ф. Бутинця, С.Ф. Голова, А.Г. Загороднього, Г.Г. Кірейцева, Г.О. Партина, М.С. Пушкаря, В.В. Сопка, Н.М. Ткаченко, Ю.С. Цал-Цалко; зарубіжних вчених – К. Друрі, Дж. Нікольсона, І.І. Палія, Я.В. Соколова, Дж. Фостера, Дж. Шанка, І.Ф. Шери. Разом із тим, в теорії та практиці бухгалтерського обліку недостатньо приділено уваги питанням з удосконалення методології, організації системи управлінському обліку витрат на підприємствах. Вимагають уточнення поняття “витрати”, “калькуляція”, “калькулювання”; складові елементи формування системи витрат підприємств; методологія і організація внутрішньогосподарського обліку витрат підприємств. Недостатнє висвітлення і опрацювання питань методології та організації формування системи управлінського обліку витрат, дискусійний характер і потреба в удосконаленні методології внутрішньогосподарського обліку витрат на промислових підприємствах, з врахуванням напрацювань вітчизняних і зарубіжних вчених, визначили актуальність та напрямки дослідження.

Витратами визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводять до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені. В певному періоді витрати визнаються одночасно з доходом, для отримання якого вони здійснені. Витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені. Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про витрати підприємства та розкриття її у фінансовій звітності визначає Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 „Витрати”. Відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 „Витрати”

витрати відображаються у бухгалтерському обліку водночас зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань [1].

Управлінський облік відіграє важливу роль в управлінні витратами на підприємстві. У системі такого обліку готується інформація, на базі якої керівники підприємства приймають рішення, в першу чергу – у сфері витрат та очікуваних економічних результатів діяльності підприємства. Керівництво підприємства саме вирішує, в яких розрізах класифікувати витрати, наскільки деталізувати місця виникнення витрат і як їх пов'язати з центрами відповідальності, вести облік тільки фактичних або також і стандартних витрат, враховуючи повні чи часткові витрати. В системі управлінського обліку інформація про витрати систематизується для об'єктивного визначення фінансових результатів, інформаційного забезпечення прийняття управлінських рішень та здійснення контролю за витратами.

П(С)БО 1 „Загальні вимоги до фінансової звітності” визначає витрати як зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення власного капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками). П(С)БО 16 „Витрати” передбачає відображення витрат у бухгалтерському обліку одночасно зі зменшенням активів або збільшенням зобов'язань підприємства.

Управлінський облік передбачає створення детальної класифікації схеми витрат. Керівник або власник підприємства повинен знати, скільки буде коштувати виробництво тієї чи іншої продукції, який прибуток від її реалізації в загальному обсязі прибутку, чи є можливість збільшити або зменшити ціну на цю продукцію і яка ефективність від прийняття управлінського рішення. На підприємстві, доцільно, систематично здійснювати попередній і поточний контроль за дотриманням всіма відділами кошторисів витрат на утримання та експлуатацію обладнання, загальнопромислових та адміністративних витрат. Метою такого контролю є дотримання затверджених норм витрат і лімітів споживання матеріалів, палива, енергії, інструментів та інших засобів праці; лімітів споживання та вартості робіт і послуг, заробітної плати обслуговуючого персоналу. У зв'язку з цим аналітичний облік забезпечує даними про витрати по окремих підрозділах. Такий облік здійснюється за допомогою комп'ютерної системи бухгалтерського обліку [2].

До цього часу всі витрати, понесені при придбанні виробничих запасів, ми асоціювали з транспортно-заготівельними витратами. При цьому, до складу транспортно-заготівельних витрат відносили не лише витрати, пов'язані з заготівлею та перевезенням запасів, а й витрати, пов'язані з їх навантаженням та розвантаженням, витрати по відрядженню, митні витрати, вартість юридичних послуг тощо. А тому, вищезазначені витрати доцільно вважати не транспортно-заготівельними, а витратами, пов'язаними з придбанням виробничих запасів і які доцільно розмежувати на дві складові: транспортно-заготівельні та інші витрати. Транспортно-заготівельні витрати пропонується включати або до собівартості придбаних запасів або загальною сумою відображати на окремому субрахунку рахунків обліку запасів. Вибір методу

обліку та розподілу транспортно-заготівельних витрат залишається за підприємством.

До складу транспортно-заготівельних витрат пропонуємо включати: витрати на заготівлю запасів; витрати зі страхування ризиків запасів; витрати на перевезення; суму нарахованої заробітної плати працівників, задіяних при придбанні виробничих запасів; суму нарахувань до фондів на дану заробітну плату; вартість паливно-мастильних матеріалів; суму нарахованої амортизації. У складі інших витрат, автоматично, будуть відображатись всі інші витрати, які були понесені при придбанні виробничих запасів і які не мають безпосереднього відношення до їх заготівлі або перевезення, а саме: суми ввізного мита; суми непрямих податків, що підприємству не відшкодовуються; вартість навантажувально-розвантажувальних робіт; витрати по відрядженню; вартість юридичних та інших консультаційних послуг тощо.

Облік вищеназваних витрат необхідно вести не тільки на окремому рахунку, а й у розрізі відкритих субрахунків. У “старому” плані рахунків, який діяв до кінця 1999 року, для обліку витрат, понесених при придбанні запасів, було призначено не один, а два окремих рахунки, а саме: 15 „Заготівля та придбання матеріальних цінностей” та 16 „Транспортно-заготівельні витрати”. А тому, облік витрат з придбання виробничих запасів пропонуємо здійснювати на відкритому рахунку 29 „Витрати з придбання виробничих запасів” у розрізі субрахунків 291 „Транспортно-заготівельні витрати” та 292 „Інші витрати”.

Погоджуюся з твердженням про те, що потрібно відокремити витрати з придбання виробничих запасів за видами для здійснення їх аналізу. Для цього пропонується змінити назву рахунку 93 „Витрати на збут” на „Витрати за операціями з руху запасів” із введенням двох субрахунків. Проте зміна назви існуючого рахунку „Витрати на збут” на „Витрати за операціями з руху запасів” поставить перед бухгалтерами нову проблему відображення в обліку витрат, понесених при збуті продукції, бо саме для обліку цих витрат і призначено діючий рахунок.

На мою думку, саме відображення транспортно-заготівельних витрат у складі витрат звітного періоду вирішить проблему їх обліку на підприємствах, де частка таких витрат у складі первісної вартості придбаних запасів незначна. Для цього доцільно до рахунку 93 „Витрати на збут” відкрити такі субрахунки: 931 „Витрати на збут” та 932 „Транспортно-заготівельні витрати від звичайної діяльності”.

Список використаних джерел:

1. Чабанова Н.В. Фінансовий облік: підручник / Н.В. Чабанова, Т.І. Єфіменко. – К.: ВЦ «Академія». – 2007. – 204 с.
2. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський облік на підприємствах з різними формами власності: підручник / Н.М. Ткаченко. – К.: ВТОВ „А.С.К.” – 2006. – 674 с.

*Ковтуненко В.О., викладач
кафедра економічної теорії та міжнародної економіки
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ВПЛИВ ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ФОРМУВАННЯ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В УКРАЇНІ

Ринкові механізми економічного розвитку, покладені в основу реформування економіки України, визначають необхідність формування середнього класу суспільства, основою якого є розвиток підприємництва. Підтвердженням даної думки є наступне: за своєю економічною сутністю представники середнього класу та підприємці дуже схожі. Вони мають однакові характеристики – це економічно активні, відповідальні за своє матеріальне становище, самостійні у прийнятті рішень люди. Це дає підстави стверджувати, що саме підприємці є базовою складовою представників середнього класу. Проте з точки зору політичних уподобань, представники середнього класу сьогодні демонструють пролетаризованість свідомості, тому що виступають переважно за популістські заходи, притаманні нижчому прошарку суспільства. Яскравим свідченням цього були виступи дрібних та середніх підприємців проти прийняття Податкового кодексу наприкінці 2010 року. Трансформація системи оподаткування в Україні в цей час спонукала вітчизняних науковців до інтенсифікації дослідження зазначеної проблеми. Так, оцінці впливу податкової політики на соціально-економічний розвиток країни присвятили свої роботи А. Крисоватий та Т. Кошук [1, с.53], З. Варналій і Д. Серебрянський [2, с.60]. Однак суперечливість певних положень Податкового кодексу та несприйняття його окремих статей підприємцями засвідчує про недостатньо зважені підходи держави до оподаткування малого бізнесу, як основи формування середнього класу [3, с.7].

Більшість заходів державної економічної політики в Україні в період кризи, крім певних ініціатив щодо дерегуляції умов ведення бізнесу, не мали безпосередньої орієнтації на створення дієвих механізмів розвитку підприємництва. Переважна більшість антикризових макроекономічних заходів мала для підприємництва стримуючий характер. На відміну від більшості країн світу, які зустріли кризу з мінімальними інфляційними показниками, Україні впродовж останніх років був притаманний досить потужний інфляційний тренд. Саме він став на заваді безпосереднього використання заходів прямого стимулювання внутрішнього платоспроможного попиту, які практикувалися розвиненими країнами світу, та змусив поєднувати антикризову політику з протидією інфляційним тенденціям. Тому заходи макроекономічної стабілізації завдавали неоднозначного впливу на стан підприємницького клімату в Україні, а відповідно і формування середнього класу. З одного боку, існувало відносно прогнозоване середовище ведення бізнесу. З іншого – стабілізаційні заходи, які полягали в запровадженні обмежень у монетарній сфері та посиленні жорсткості фіскальної політики гальмували економічну активність в країні. У сфері заходів фіскальної стабілізації урядом насамперед переслідувалися

завдання щодо мобілізації ресурсів дохідної частини державного бюджету та можливого обмеження видаткової частини відповідно до наявних бюджетних ресурсів. Це значною мірою досягалося за рахунок посилення фіскального навантаження. Крім того, доступ малих та середніх підприємств до зовнішніх джерел фінансування виявився практично повністю перекритим, тоді як потреби їх у фінансовій підтримці істотно зросли. Критично зменшилися обсяги фінансової підтримки малого підприємництва з місцевих бюджетів. Доводиться зробити висновок про негативний вплив антикризової монетарної політики на економічну активність в Україні. Кризові та депресійні тенденції вітчизняної економіки значно знизили мотивацію до створення нових підприємств. За оцінками Світового банку, в 2009 році кількість новостворених підприємств виявилася майже вдвічі меншою, ніж в 2007 році.

Системний негативний ефект від дії важелів макроекономічної стабілізації уряд намагався компенсувати за допомогою безпосередньої підтримки низки галузей економіки в режимі «ручного управління». Об'єктами такої підтримки стали гірничо-металургійний комплекс та хімічна промисловість, аграрний сектор, житлове будівництво тощо. Заходи були сконцентровані переважно для підприємств великого та середнього бізнесу. Підприємства малого бізнесу були залишені практично сам на сам з проблемами погіршення фінансового становища та наростання вартості валютної заборгованості.

Ефективна податкова система є однією з найважливіших складових економічного процвітання країни. Адже податками можна стимулювати або, навпаки, обмежувати ділову активність МСП, і відповідно управляти процесами формування середнього класу в країні. Тому в Україні необхідні серйозні зміни в податковій політиці держави. Адже життя показало неспроможність зробленого упору на чисто фіскальну функцію: оббираючи платника податків, податки душать його, звужуючи тим самим базу оподаткування і зменшуючи податкову масу. Потрібні зміни, які стимулювали б товаровиробника, зацікавили його і спонукали розширювати виробництво, інвестувати. А для цього необхідно, з одного боку, послабити податковий прес, з іншого, – установити податкові пільги для тих, хто стане вкладати засоби у виробництво. Як справедливо зазначив В.І. Ляшенко [4, с.109], практика підприємницької діяльності 2011 року свідчить – Податковий кодекс не став стимулюючим підґрунтям для розвитку МСП. Його поспішне введення в дію призвело лише до плутанини, нервування, застосування «всліпу», без розуміння всього ланцюга наслідків та можливостей. Тому рекомендації щодо принципів засад державної політики щодо підприємництва в посткризовий період зводяться до:

- 1) полегшення процесу створення суб'єктів підприємницької діяльності: впровадження механізму «єдиного вікна» для реєстрації підприємств, організації Інтернет-реєстрації, введення низького рівня витрат, пов'язаних з реєстрацією;

- 2) спрощення процедур, що регулюють діяльність підприємців, зокрема скорочення кількості необхідних дозволів і ліцензій й збільшення термінів їх

дії, поліпшення координації між різними наглядовими установами і зменшення загального числа перевірок;

3) для МСП, що здійснюють інноваційну діяльність, можливе вжиття адресних заходів щодо створення цільових податкових стимулів;

4) зменшення масштабів корупції і практики незаконних поборів з суб'єктів підприємницької діяльності;

5) зниження бар'єрів на шляху розширення діяльності МСП за кордоном.

Виходячи, з проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

— впровадження спрощеної системи оподаткування малих підприємств та фізичних осіб-підприємців, як основи формування середнього класу, дозволило створити сприятливе середовище для розвитку малого бізнесу, збільшити кількість малих підприємств та зайнятих у них найманих працівників. Однак постійне посилення соціально-податкового навантаження на малий бізнес привело до того, що спрощена система оподаткування стала економічно не вигідною для платників, що її використовують, і тому кількість малих підприємств та фізичних осіб-підприємців в останні роки знижується;

— впровадження Податкового кодексу ще більше посилює тиск на малий бізнес, що ставить його під загрозу знищення, а тому, для не допущення цього, чинну систему оподаткування малих підприємств та підприємців необхідно удосконалювати;

— для фізичних осіб-підприємців потрібно впровадити диференційований фіксований місячний податок та скасувати норму щодо заборони іншим платниками включати до своїх витрат суми потрачені на придбання товарів, робіт, послуг у фізичних осіб-підприємців.

Наведені пропозиції дозволять розширити сферу діяльності МСП, збільшити кількість зайнятих у ньому осіб та сприятимуть формуванню середнього класу в країні.

Список використаних джерел:

1. Крисоватий А. Податкова політика у реформуванні соціально-економічної системи України / А. Крисоватий, Т. Кошук // *Економіка України*. – 2010. – № 9. – с. 50-59.
2. Варналій З. Вплив оподаткування прибутку на економічний розвиток України / З. Варналій, Д. Серебрянський // *Економіка України*. – 2010. – № 5. – с. 55-69.
3. Єфименко Т. І. Податковий кодекс України як перший крок на шляху реформування вітчизняної податкової системи / Т. І. Єфименко // *Фінанси України*. – 2010. – № 12. – С. 3-11.
4. Ляшенко В.І., Просуленко А.А. Вплив Податкового кодексу України на розвиток малого підприємництва: експертні оцінки на етапах обговорення, прийняття та внесення змін / Ляшенко В.І., Просуленко А.А. // *Вісник економічної науки України*. – 2011. – №2. – с.93-111.

ЕКОНОМІЧНІ ЗЛОЧИНИ ПРОТИ МАЙНА В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Суб'єкти господарювання в процесі здійснення господарської діяльності постійно стикаються з ризиками втрат майна, що безперечно впливає на дестабілізацію економічного стану підприємства. Дестабілізація економічного стану виражається в фінансових та нефінансових втратах, впливає на імідж фірми в конкурентному середовищі та економічну привабливість для інвестиційних проектів.

Підприємницька діяльність обумовлює відносини щодо створення, перерозподілу, накопичення, відтворення та збереження майна, які не завжди проявляються в правомірних, чесних волевиявленнях суб'єктів.

Фахівці бухгалтерського обліку та контролю вважають, що 80 % економічних злочинів здійснюється в середовищі бухгалтерського обліку. Злочинні дії суб'єктів господарських відносин уміло вуалюються в даних бухгалтерського обліку, що підтверджується статистичними даними, проведеними дослідженнями вчених та практиків. Серед вітчизняних та закордонних дослідників дане питання вивчали: Ш.І. Алібеков, Г.Ю. Баграч, О.Г. Баграч, Н.А. Блатов, Ф.Ф. Бутинець, П. Герстнер, І.В. Заєць, Дм.Л. Кузьмін, Р.Т. Мухаметшин, Б. Сардарова, І.Ф. Шер.

В Україні динаміку економічних злочинів проводила міжнародна аудиторська компанія PWC в листопаді 2009 та грудні 2011 рр. (табл. 1) [5].

Таблиця 1

Види економічних злочинів в Україні за даними компанії PWC

Види економічних злочинів	Динаміка (%)	
	2009	2011
Незаконне привласнення активів	59	73
Хабарництво та корупція	59	60
Маніпуляції фінансової звітності	28	30
Недобросовісна конкуренція	7	23
Кібернетичні злочини	0	17
Порушення прав інтелектуальної власності	13	14
Податкове шахрайство	7	14
Торгівля інсайдерською інформацією	3	7
Відмивання грошей	3	10

Як видно, незаконне присвоєння активів в 2011 р. значно зросло порівняно з 2009 р. та займає перше місце серед економічних злочинів, друге місце посідає корупція (60 %) та третє маніпуляції фінансової звітності (30 %).

Серед зазначених домінуючих злочинів зростаюча динаміка характерна не тільки для України. Закордонна статистика мало чим відрізняється від української, наприклад, незаконне присвоєння активів в іноземних компаніях становить 72 % проти 73 %, хабарництво та корупція 24 % проти 60 %, маніпуляція з фінансовою звітністю 24 % проти 30 %.

У звіті 2011 р. PWC зазначається, що 36 % українських компаній стикаються з економічними злочинами в середині компанії та третина зазначає, що взагалі не проводить моніторингу економічних порушень. Кількість внутрішніх незаконних операцій збільшилась на 22 % порівняно з 2009 р. [5].

Одна з перших класифікацій економічних злочинів була запропонована в 70-х роках Інститутом ООН Азії і Далекého Сходу з попередження злочинності в економічному середовищі та виокремила такі види: монопольні злочини; шахрайство (підкуп, зловживання довірою, обман покупців); цифрові махінації; фіктивні організації; фальсифікації бухгалтерських документів; порушення ергономічних вимог і стандартів; навмисна неточність в описі товарів; нечесна конкуренція; фінансові порушення і ухилення від сплати податків; митні порушення; валютні махінації; біржові та банківські порушення; порушення, що завдають шкоду навколишньому середовищу; «відмивання» злочинно отриманих грошей і власності [1].

Економічні злочини в внутрішньому середовищі підприємства, які знаходять своє відображення в фальсифікації бухгалтерських документах, дуже різноманітні як за формами, так і за мотивами їх здійснення. За своєю суттю фальсифікація – неоднозначне поняття. У літературних джерелах часто ототожнюють поняття фальсифікації з вуалюванням бухгалтерської інформації. Дійсно і фальсифікація, і вуалювання – це приховання, викривлення даних, показників в бухгалтерській звітності. Різниця полягає лише в мотивації скоєння таких дій.

Шер І.Ф., ще в 1925 році в праці «Бухгалтерія і баланс» використовував поняття «вуалювання балансу», під яким розумів таку форму складання балансу, яка робить господарські факти незрозумілими, що спричинює неточну та хибну картину економічного становища даного підприємства. При чому вуалювання балансу розглядав з позитивної точки зору, як засіб ділової політики акціонерних товариств [4].

Радянський бухгалтер Н. А. Блатов вуалювання та фальсифікацію даних в балансі визначав як порушення вимог до складання балансу. Фальсифікацію він визначив як порушення вимог правильності, правдивості балансу; не дійсний баланс містить викривлення, підробку, фальсифікацію дійсного, справжнього балансу. Якщо вуалювання не завжди є злочином, то фальсифікація завжди є навмисна і становить балансовий злочин [2].

В залежності від мотивів суб'єктів здійснення фальсифікації в господарських операціях ми поділили їх на дві групи: умисна фальсифікація та не умисна.

До першої групи ми відносимо лише суб'єктивні ситуації, наприклад, випадки змови співробітників з конкурентами, які мають на мені недружне поглинання або кримінальне банкрутство. В даному випадку одночасно здійснюється два види економічних злочинів: перше – хабарництво, друге – фальсифікація бухгалтерських документів, що проявляється в навмисному заниженню фінансових показників та порушення інформаційної безпеки підприємства. До цієї ж групи також відносимо умисний мотив працівника у завищенні фінансових показників з метою отримання премій, бонусів, тощо.

До другої групи мотивів відносимо як об'єктивні обставини, так і суб'єктивні ситуації, що впливають на здійснення таких порушень в бухгалтерських документах. Наприклад, прагнення відповідати критеріям (норам, стандартам, показникам ефективності) регулюючим або контролюючим органам, оптимізація податкової політики, штучне завищення показників активів або приховання негативних фінансових результатів з метою формального дотримання договірних відносин або щоб справити позитивне враження для інвесторів, власників.

Перша група (умисна фальсифікація) однозначно відноситься до економічних злочинів, друга – є розмитою та в залежності від дотримання законодавчих норм та спроможності це довести при необхідності може не класифікуватись як злочин.

Соколов Я.В. з цього приводу зазначав: вуалювання не є злочином, якщо викривлення звітності в рамках дозволених нормативними документами, пояснюючи це тим, що відображення точної господарської діяльності в звітності не можливо і в реальній дійсності облік існує в формі вуалювання або фальсифікації [3].

Вважаємо, що характер економічних злочинів в системі бухгалтерського обліку є свідченням негативної тенденції до зниження кваліфікаційного рівня посадових осіб (зокрема, бухгалтерів), які використовують існуючу систему бухгалтерського обліку, документообороту, технологічного процесу в цілях приховання та маскуванню фінансових та інших зловживань.

Список використаних джерел:

1. Антипов В.І. Тіньова економіка та економічна злочинність: світові тенденції, українські реалії та правові засоби контролю: (теоретико-методологічні узагальнення) / В.І. Антипов. – Вінниця: ДП ДКФ, 2006. – 1039 с. С. 125-126.
2. Блатов Н.А. Балансоведение: Общий курс. – 3-е изд., перераб. – Л.-М.: Государственное торговое издательство, 1931. – С. 134.
3. Соколов Я.В. Основы теории бухгалтерського учета. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 383-384.
4. Шер И.Ф. Бухгалтерия и баланс. – М.: Экономическая жизнь, 1925. – С. 293.
5. Україна. Всесвітній огляд динаміки економічної злочинності. Загроза кіберзлочинності [Електроний ресурс] // PricewaterhouseCoopers, 2011. – 16 с. Режим доступу до журн.: http://www.pwc.com/ua/ru/press-room/assets/GECS_2011_Report_Ukraine_v42_GC.pdf

СЕКЦІЯ 4. УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ТА МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

УДК 338.48: 658.8

Артеменко С.О., студент групи 5 МО (3)

*Дроботова М.В., к.е.н., доцент,
завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

ПЛАНУВАННЯ ТОВАРНОГО АСОРТИМЕНТУ

Сутність управління асортиментом полягає в пропозиції на цільовому ринку таких товарів виробничого призначення, які потенційні покупці хотіли б придбати і які потрібні їм в певний час і у визначеному місці.

Слід зазначити, що серед виробників товарів виробничого призначення дуже рідко можна зустріти компанії і фірми, що проводять і пропонують на ринку тільки один вид (модель) товару. Звичайно промислові підприємства випускають декілька різновидів товарів, а нерідко і продукцію, яка відноситься до різних типів засобів виробництва. Перелік всіх товарів і послуг, які реалізуються на ринку виробником, називається асортиментом.

Найважливішою проблемою процесу планування асортименту товарів виробничого призначення, з якою стикаються виробники, є визначення оптимального співвідношення між, з одного боку, об'ємами і структурою асортименту продукції, що виготовляється по конкретних замовленнях для задоволення ідентифікованих потреб окремих покупців, а з іншою, об'ємами і структурою асортименту продукції, призначеної для масового виробництва.

При розробці і реалізації асортиментної політики на ринку засобів виробництва дуже часто визначаюче значення має рішення ще однієї проблеми – організації і розвитку послуг ділового характеру, утворюючих систему передпродажного, продажного і післяпродажного сервісу. Особливо важливо для продуцента налагодити високий рівень технічного обслуговування потенційних споживачів, які придбавають різного роду технічні засоби (машини, механізми, прилади, устаткування).

Формування раціональної асортиментної структури ділових послуг, пов'язаних з продажем, доставкою, підготовкою продукції до виробничого споживання і її подальшого обслуговування в процесі експлуатації, є дуже серйозним комплексом складних, неоднозначних альтернатив для кожного виробника в області здійснення стратегії і тактики асортиментної політики на цільовому ринку засобів виробництва.

Проблематика третього роду в рамках управління асортиментом продукції полягає в тому, що в промисловому маркетингу завжди актуальні, а нерідко і гранично загострені питання на теми, яка кількість товарів, якого типу і якої моделі, а також в який час слід проводити. Від ефективності рішення цих питань багато в чому залежить розробка принципів і технології складування, підтримка виробничих і товарних запасів, організація процесів

транспортування. Велике значення в обґрунтуванні і ухваленні цих і маси інших рішень має здатність маркетингових підрозділів не тільки виявити поточні потреби цільового ринку, але і правильно визначити прогнози збуту на перспективу.

Управління асортиментом продукції неможливе без планування, яке нерозривний пов'язано з процесами оновлення асортименту шляхом випуску нових товарів виробничого призначення і зняття з виробництва морально застарілих.

На розвиненому ринку засобів виробництва, який відповідає характеристиці «ринку споживачів», між товаровиробниками розвертається конкурентна боротьба одночасно по декількох напрямках. Як показують численні дослідження, в сучасних умовах науково-технічного розвитку і соціально-економічних відносин стратегічно пріоритетною є конкуренція в області асортиментного планування. Саме від неї багато в чому залежать подальші виробничо-комерційні успіхи підприємства.

В даний час на більшості галузевих ринків наголошується підвищення динаміки споживацьких запитів. У зв'язку з цим для забезпечення виживає товаровиробників вирішальне значення придбає своєчасне і правильне передбачення найвигіднішого, стратегічно вивіреного курсу асортиментної політики на найближчу і особливо віддалену перспективу.

Вдала розробка реально здійснимої програми розвитку товаросервісного асортименту на 5, 10 і більше років може стати вирішальною зброєю в боротьбі з конкурентами за ринок збуту.

Лідерство в області товаросервісної політики є одним з найнадійніших стратегічних способів отримання продуцентом певний час стійких надприбутків, причому на законній підставі.

Усесторонній розвиток бізнесу немислимий без чіткого уявлення, коли і чим слід займатися, що саме і для кого слід випускати. Отримання відповідей на ряд цих і аналогічних питань припускає створення корпоративної комплексної системи планування асортиментної політики підприємства на ринку.

Процес планування товаросервісного асортименту зачіпає всі сфери діяльності продуцента. Практично в ньому беруть участь всі підрозділи: маркетингові структури фірми; виробничий, технологічний і інші спеціалізовані відділи; науково-дослідні підрозділи; відділи економічного і юридичного профілю; вище керівництво.

Специфіка планування товаросервісного асортименту залежить від відповідної корпоративної політики того або іншого підприємства на ринку засобів виробництва.

Деякі виробники прагнуть бути лідерами в пропозиції на профільних ринках нових товарів і послуг. Вони постійно оновлюють свій асортимент. Для цього їм доводиться виділяти значні кошти і містити сильні науково-дослідні підрозділи. Інші фірми і компанії є послідовниками перших, копіюючи вже існуючі товари і системи обслуговування. Треті проводять обмежений об'єм

досліджень, модифікуючи товари і послуги, що користуються на ринку попитом.

Відмінності в цілях, способах рішення проблем і в реалізації політики підприємств на ринку засобів виробництва зумовлюють роль, значення, напрями і об'єми НДДКР в управлінні товаросервісним асортиментом, як в маркетинговому, так і у виробничо-технологічному значеннях.

Узагальнюючи сказане, слід зазначити, що більшістю прогресивних, з позицій маркетингу і менеджменту, виробників засобів виробництва і ділових послуг в процесі планування, а потім в ході управління товаросервісним асортиментом здійснюється комплекс різних заходів. Нижче представлений перелік тих з них, які за наслідками численних обстежень часті всього потрапляють в «першу десятку»:

1. Регулярно здійснюється перегляд наявного асортименту товарів виробничого призначення і ділових послуг з метою ухвалення принципових рішень про модифікацію продукції і систем обслуговування, що випускається. Періодично вивчається питання про поповнення товарного асортименту новими виробами або про зняття морально застарілих товарів з виробництва;

2. Постійно проводиться аналіз кон'юнктури ринку, впливи зовнішніх і внутрішніх чинників, змін в товарному асортименті, технології виробництва і поведінці конкурентів;

3. Виявляються власні недоліки і переваги, а також сильні і слабкі сторони конкурентів, що є і потенційних;

4. Здійснюється позиціонування підприємства і його продукції на ринку засобів виробництва. Оцінюються перспективи розвитку споживачів по кожній групі товарів;

5. Організовується відповідне технічне обслуговування покупців товарів виробничого призначення. Проводяться заходи щодо розширення і вдосконалення комплексу супутніх послуг, що надаються замовникам. Розглядаються можливості задоволення індивідуальних вимог споживачів;

6. Проводяться заходи щодо інтенсифікації зусиль в процесі формування і стимулювання попиту, в першу чергу, по нових товарах і послугах;

7. Здійснюється цілеспрямований пошук ідей як по створенню нових товарів і ділових послуг, так і по вдосконаленню виробничо-комерційної діяльності підприємства;

8. Розробляються способи і методи захисту новинок (патентний захист) і товарів, що користуються попитом, від підробок;

9. Проводиться усестороння оцінка виробничого і комерційного потенціалу підприємства (компанії).

Теорія і практика промислового маркетингу рекомендують незалежно від вибраної продуцентами асортиментної політики планувати реалізацію одночасно декількох товарних і сервісних категорій, які можуть бути як взаємозв'язані, так і не зв'язані між собою. Краще всього використовувати змішаний варіант.

Список використаних джерел:

1. Куценко В. М. *Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб.* – К.: МАУП, 2003. – 184 с.
2. Чухрай Н., Патора Р. *Інновації та логістика товарів: Монографія.* – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2001. – 264 с.
3. Николайчук В.Е., Белявцев М.И. *Промышленный маркетинг.* – Донецк: ООО ПКФ „БАО”, 2004. – 384 с.

УДК 005.73.005.35

Василевська І.С., студентка студент групи 5 МО (3)

Пасєка С.Р. к.е.н, доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В УМОВАХ АДАПТАЦІЇ ДО РИНКУ

В умовах сучасних перетворень у суспільстві спостерігається зростання наукового й практичного інтересу до організаційної культури. Це, насамперед, пов'язано з тим, що розвинена та гнучка організаційна культура дає змогу вирішити ряд проблем, які виникають на підприємствах, та впливати на ефективність їх функціонування. Ці проблеми пов'язані з особливістю функціонування України у посткризовий період, а саме: низькою конкурентоспроможністю базових галузей економіки, погіршенням бізнес-клімату всередині країни. Все це спричиняє значне ускладнення функціонування організацій, втрати їх матеріально-фінансових ресурсів, скорочення персоналу. Для відновлення стабільної роботи підприємств постає потреба впровадження нових ефективних методів управління, спрямованих на підвищення нематеріальної вартості й інвестиційної привабливості підприємства. Значного успіху можна досягти, забезпечивши взаємодію всіх співробітників, об'єднаних загальними цілями, які відображають основну специфіку підприємства та є зрозумілими кожному працівнику. Саме добре розвинена організаційна культура є головним засобом конкурентоспроможності, економічного зростання та ефективності.

На українському ринку вітчизняні компанії без сформованої організаційної культури програють іноземним із сильною організаційною культурою. А в умовах відкритості нашої економіки та ринку, коли кількість сильних зарубіжних конкурентів невпинно росте, українським підприємствам стратегічно необхідно реорганізувати стару систему управління і формувати власну ефективну організаційну культуру. Зростання конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання актуалізує проблему пошуку стійких конкурентних переваг, серед яких все більш вагомою стає організаційна культура підприємства.

На даний час досить мало існує цілеспрямованих досліджень організаційних процесів та організаційної культури підприємства, які були б присвячені закономірностям їх становлення та функціонування у перехідній економіці, вивченню економічних передумов, механізмів та наслідків впровадження на всіх рівнях господарчої системи в умовах ринкових перетворень. Саме тому дослідження організаційної культури є досить актуальним в наш час.

Організаційна культура є основою життєвого потенціалу організації. Вона не тільки відрізняє одну організацію від іншої, але і зумовлює успіх функціонування та виживання організації в довгостроковій перспективі. Можна сказати, що організаційна культура — це "душа" організації.

Керування організаційною культурою є сучасним інструментом управління, що має великі перспективи використання. Розвинута організаційна культура сучасної компанії припускає об'єднання персоналу, керівництва і власників компанії, її партнерів і клієнтів на основі єдиної системи цінностей, що дозволяє значно підвищити швидкість реакції компанії на зміну переваг клієнтів, знизити рівень різного роду протиріч, затвердити загальні орієнтири довгострокового розвитку, підвищити рівень доходу. Керівництво будь-якого підприємства (фірми, компанії) повинне використовувати вплив організаційної культури на підвищення ефективності діяльності. Тільки ті організації, яким вдається віднайти цінності, що мають вирішальне значення для досягнення поставленої мети, зробити їх спільними для всіх співробітників і пов'язати ці цінності, а також всю сукупність набутих навиків і умінь персоналу із структурою, стратегією, стилем управління, досягають успіху в сучасних умовах.

Поняття організаційної культури з'явилося в літературі порівняно недавно і поступово наповнювалося все більш повним змістом. Як і багато інших понять організаційно-управлінських дисциплін, організаційна культура не має універсального визначення. Можливі різноманітні функціональні описи культурної області, які кожен раз формулюються в залежності від конкретних цілей дослідження.

Для опису культури організації дослідники користуються різними близькими по сенсу термінами: «управлінська культура», «культура трудових стосунків», «організаційна культура», «ділова культура», «підприємницька культура», «внутрішня культура компанії», «корпоративна культура», тощо.

Поняття організаційної культури з'явилося в літературі порівняно недавно і поступово наповнювалося все більш повним змістом. Як і багато інших понять організаційно-управлінських дисциплін, організаційна культура не має універсального визначення. Можливі різноманітні функціональні описи культурної області, які кожен раз формулюються в залежності від конкретних цілей дослідження.

Труднощі визначення обумовлені складністю однозначного тлумачення поняття, історичною еволюцією його змісту, перетинанням з іншими концепціями та перебуванням на перетині областей вивчення декількох дисциплін (економіка, менеджмент, соціологія, соціальна психологія, антропологія, культурологія, демографія). Ще одна причина існуючого плюралізму в поглядах на організаційну культуру полягає в тому, що різні вчені, розмірковуючи про організаційну культуру, мають на увазі різні її аспекти, залежно від того, що конкретно цікавить того чи іншого дослідника.

Проблемам дослідження організаційної культури підприємств, її формування, діагностики приділили свою увагу такі зарубіжні вчені як: Л. Елдрідж, У. Оучі, Г. Мінцберг, Е. Петтігрю, Г. Хофстеде, Р. Рюттінгер,

Е. Шейн, Дж. Лафферті, К. Камерон, Р. Куїнн, Д. Денісон. Серед вітчизняних авторів, у роботах яких вивчаються окремі аспекти організаційної культури, слід виділити таких фахівців як Т.Ю. Базаров, Ю.В. Васильчук, О.С. Віханський, В.В. Козлов, О.І. Наумов, Ю.І. Палеха, С.Е. Пивоваров, В.А. Погребняк, Т.О. Соломанідіна, В.А. Співак, О.Г. Тихомирова, Г.Л. Хаєт.

В сучасній літературі існує досить багато визначень поняття «організаційної культури». Розбіжність між ними полягає в тому на що робиться основний акцент в тому чи іншому визначенні. Більшість авторів сходиться на тому, що культура організації представляє собою складну композицію важливих припущень, символів і ціннісних орієнтацій, але кожен автор при цьому виділяє якийсь певний аспект, функцію або властивість оргкультури. Автори посилаються на зразки базових припущень або установок, яких дотримуються члени організації у своїй поведінці і діях. Ці припущення часто пов'язані з баченням навколишнього середовища (групи, організації, суспільства, світу) і регулюванні її змінних (природа, простір, час, робота, відносини, і т.д.).

Визнається, що організаційна культура має складну ієрархічну структуру, однак щодо числа структурних рівнів і елементів, що їх формують, думки авторів розходяться. Так, поширеною є думка, що організаційна культура має дворівневу структуру, де нижчий рівень складають глибинні переконання і цінності, що поділяються працівниками організації, а вищий – прийняті норми дій і взаємовідносин, що впливають на групову поведінку. Існує підхід, який визначає чотирьохрівневу структуру організаційної культури.

Найчастіше виокремлюють три рівні організаційної культури: поверхневий, підповерхневий, глибинний. Один з дослідників організаційної культури Едгар Шейн розрізняє вищевказані рівні наступним чином: поверхневий рівень – артефакти, підповерхневий – цінності, глибинний – основні установки.

На рис. 1. зображено ієрархічну структуру організаційної культури.

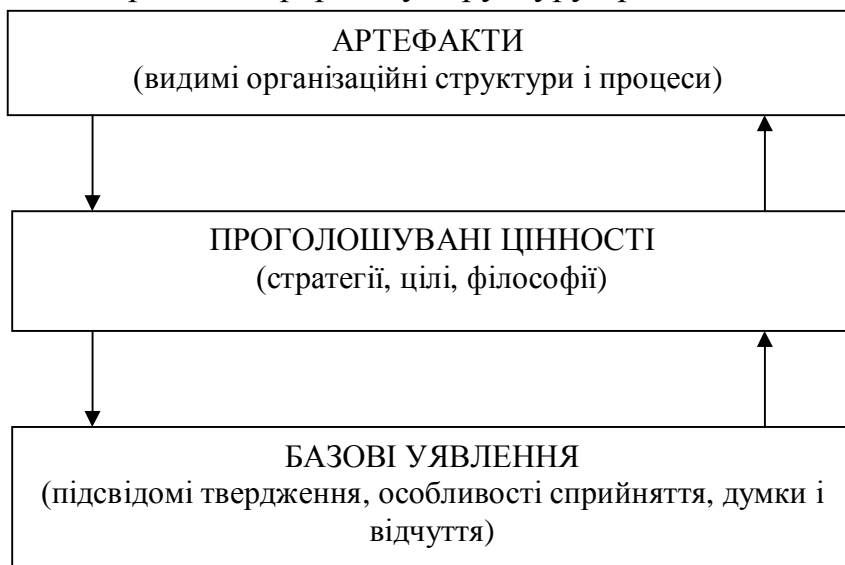


Рис. 1. Рівні організаційної культури

Отже, створення і розвиток організаційної культури як основи ефективного управління підприємством — важливе завдання керівництва. Воно

дає змогу орієнтувати всі підрозділи підприємства і окремих осіб на спільні цілі; мобілізувати ініціативу співробітників, виховувати відданість організації, поліпшувати процес комунікації, поведінку.

УДК 005-35

Гричанюк А.В., студент групи 5 МО

Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ВАЖЛИВИЙ ЕЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Проблематика соціальної відповідальності підприємства є надзвичайно актуальною сьогодні у зв'язку з низкою чинників, зокрема євроінтеграційними процесами, що відбувалися в Україні, збільшенням прозорості українських кордонів для іноземних капіталів та виходом українського виробника на зовнішні ринки.

Багато вітчизняних науковців ототожнюють поняття «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність». Одна з причин цього полягає у непрофесійному перекладі та трактуванні міжнародних документів з питань КСВ. Стосовно терміну «соціальна відповідальність», то фахівець у сфері соціальної відповідальності компаній Х. Гордон Фітч ще в 70-х роках минулого століття зазначав, що соціальна відповідальність – це спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені діяльністю компаній [2, с.21]. Ще одним науковим аргументом на користь того, що поняття «корпоративна соціальна відповідальність» є значно ширшим від поняття «соціальна відповідальність» є роботи А. Керролла (90-і роки ХХ століття), в яких автор підійшов до питання КСВ як багаторівневої структури, яку можна уявити у формі піраміди з наступними видами відповідальності: економічної, правової, етичної та філантропічної. Пізніше, українськими науковцями М. Бутко та М. Мурашко було удосконалено підходи Керролла та запропоновано власні погляди на рівні КСВ [3].

Єдиного визначення КСВ немає і, певно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми. За одним із визначень, КСВ — це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство.

За версією Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, КСВ — це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом.

Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу (КСВБ) полягає у веденні бізнесу в соціально відповідальний спосіб. Світова Рада Компаній зі Сталого Розвитку вважає КСВБ довгостроковим зобов'язанням компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, водночас покращувати якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом [5].

За оцінками спеціалістів ООН, найпоширенішими різновидами практик соціалізації бізнесу в Україні виступають такі аспекти діяльності бізнесу: відносини бізнесу з місцевими громадами (благодійність та підтримка соціальних програм, забезпечення освіти членам громади); трудові відносини з працівниками (дотримання трудових прав персоналу, навчання, створення безпечних умов праці, своєчасна виплата зарплати, відсутність дискримінації у правах і зарплаті, медичне страхування), вплив на навколишнє середовище (надання переваги альтернативним джерелам енергії, виробництво екологічно чистої продукції, зменшення викидів, будівництво очисних споруд); управління соціальною відповідальністю бізнесу як елемент корпоративного управління (визначення груп впливу та налагодження діалогу, визначення місії і цілей, включення їх у політику керівництва). У визначенні сутності соціальної відповідальності бізнесу респонденти дотримуються таких тверджень: впровадження програм поліпшення умов праці персоналу (65,5%); навчання/розвиток персоналу (63,2%); благодійна допомога (56%); застосування у політиці компанії принципів відповідального ставлення до споживачів (49,5%); участь у регіональних програмах розвитку (32,3%); реалізація екологічних програм (29,8%); політика дотримання прав акціонерів (20,8%) [4, с.12].

Сьогодні підхід до управління компанією, заснований на принципах відкритості, публічності та розпорошеності володіння стає популярним, що у свою чергу, відповідає принципам КСВ і створює міст між КСВ та корпоративним управлінням.

Підприємства та організації в усьому світі все більше розуміють і відчувають потребу в соціально відповідальному ставленні до оточення. Найголовніше для підприємства – це правильне розуміння принципів соціальної відповідальності, а звідси і грамотне впровадження їх на практиці [1].

Серед лідерів КСВ в Україні, швидше за все, опиняться філіали або СП за участі міжнародних компаній, які мають розвинені програми КСВ. Саме таким чином концепція КСВ впроваджується на теренах наших західних сусідів.

На українському ринку одними з перших важливість КСВ зрозуміло керівництво ПрАТ «Київстар». Компанія «Київстар» не тільки один із лідерів на ринку мобільного зв'язку в Україні, але й першими інтегрували корпоративну соціальну відповідальність у свою бізнес-стратегію. Протягом кількох років компанія є одним із лідерів КСВ в Україні у таких напрямках, як ставлення до продукту, держави, споживача, суспільства, співробітників і корпоративного будівництва. Основні здобутки компанії «Київстар» щодо КСВ можна визначити такими позиціями:

— Волонтерську програму «Київстар» було визнано найбільш інноваційною в Україні.

— Всеукраїнський рейтинговий журнал «Гвардія» розташував «Київстар» на другому місці у КСВ-рейтингу.

— «Інститут волонтерства «Київстар» переможець премії «HR-БРЕНД Україна 2011».

— Соціальний звіт «Київстар» у трійці найкращих нефінансових звітів України за підсумками конкурсу Readers» Choice Award 2011 Центру Розвитку КСВ.

— Учні та викладачі більше ніж 150 українських шкіл одержали доступ до високошвидкісного безкоштовного інтернету.

Інший оператор мобільного зв'язку компанія “МТС-Україна” розглядає корпоративну соціальну відповідальність як ефективний бізнес-інструмент, який є важливою складовою їхньої стратегії та планується на майбутнє як і будь-який стратегічно важливий напрямок діяльності компанії.

Компанія “МТС-Україна” вважає, що КСВ – це можливість вкласти кошти, які заробляє компанія, і технології, якими вона володіє, в справу вирішення проблем актуальних для суспільства.

Отже, економічна ефективність впровадження елементів соціальної відповідальності в системі управління підприємством полягає в рості не тільки показника соціального ефекту (ефективності для суспільства), а й зростанні вигоди для підприємства – вплив на основну діяльність. При цьому, кажучи про економічні вигоди соціальної відповідальності підприємства, треба зазначити, що ці вигоди найбільш яскраво проявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг й продажі, управління персоналом. Окрім цього, слід зазначити цінність заходів соціальної відповідальності в такій області як управління ризиками. Вигода характеризується створенням стабільного бізнес середовища, зниженням операційних ризиків, створенням позитивного іміджу, зміцненням довіри, збільшенням капіталізації, зростанням фінансових показників, підвищенням продуктивності праці, розвитком інновацій, що сприяє зростанню ринку та ін.

Таким чином можна стверджувати, що КСВ співвідноситься з корпоративним управлінням на рівні цінностей, що визначають межі та підзвітність компаній відносно стейкхолдерів та його соціальних, екологічних відповідальностей і можливостей. У свою чергу, ефективні корпоративні практики (управління ризиками, різноманітність, розкриття інформації, винагороди і т.д.) є своєрідним каталізатором КСВ. Чим краще ці основні моменти впровадженні в бізнес, тим кращими є показники КСВ.

Список використаних джерел:

1. Бандирська О.В. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні// *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – № 10. – С. 60-64.
2. Баюра Д.. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління// *Україна: аспекти праці*. – 2009. – № 1. – С. 21.
3. Бутко М., Мурашко М. Генезис соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні // *Економіка України*. – 2009. – № 7. – С. 74-85.
4. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / За загальною редакцією В.М.Гейця, А.І.Даниленка, М.Г.Жулинського, Е.М.Лібанової, О.С.Онищенка. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
5. Шаповал В.М. Інституціональна підтримка соціально відповідальної діяльності // *Вісник Академії митної служби України*. – 2008. – № 4 (40). – С. 92 – 98.
6. Інтернет ресурс: http://www.kyivstar.ua/press_center/about/history/

*Должикова-Поліщук Л.В. аспірант кафедри економіки,
Київська Національна Академія Управління*

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Сфера туризму в Україні є невід'ємною складовою світового туристичного бізнесу. Державою проголошено туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки і культури, визначено основні цілі державного регулювання та пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму. В Україні туризм має потужний потенціал. Але його економічна віддача поки що незначна. Розвиток сфери туризму гальмується недосконалістю нормативно-правової бази, а також методичної, організаційної, юридичної та інформаційної підтримки суб'єктів підприємництва в сфері туризму та курортів; недостатньою ефективністю механізмів державного регулювання та управління підприємствами у сфері туризму і курортів; незначними обсягами інвестицій у розвиток матеріально-технічної бази туристичної інфраструктури; неефективністю використання рекреаційних ресурсів.

Незважаючи на значну теоретико-методологічну базу досліджень проблем використання туристсько-рекреаційних ресурсів вітчизняними і зарубіжними вченими, питання щодо шляхів удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму досліджено недостатньо [1–4]. Тому метою цього наукового дослідження визначено розробку шляхів удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму.

Проаналізувавши результати досліджень різних авторів щодо визначення сутності поняття „державне регулювання”, а також враховуючи цілі державного регулювання в сфері туризму згідно з Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” від 18.11.2003 р. № 1282–IV, авторами статті сформульовано визначення державного регулювання сфери туризму як цілеспрямованого впливу з боку державних органів, яким делеговано відповідні повноваження щодо створення туристичної інфраструктури та підтримки туристсько-рекреаційного середовища, охорони рекреаційних ресурсів і заповідних територій, організації відпочинку та вільного часу населення країни, формування регіональної політики з організації туристичних потоків, підготовки кадрів для рекреаційно-туристичних комплексів.

Процес державного регулювання сфери туризму потребує здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективної реалізації державної політики. Враховуючи зазначене, державне регулювання сфери туризму можна розглядати через дію основних механізмів регулювання на всіх рівнях управління, до переліку яких авторами віднесено: регламентуючий, організаційний, контролюючий, коригуючий, соціальний, стимулюючий.

Дослідження механізмів державного регулювання сфери туризму свідчать, що основою державного регулювання є організаційний механізм. Тому він

потребує найбільшого удосконалення. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться:

- розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму;
- створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;
- удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування з суб'єктами господарчої діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг;
- створення туристсько-інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму [5–10].

Авторами статті розроблено комплекс заходів щодо підвищення ефективності державного регулювання сфери туризму на загальнодержавному та регіональному рівнях, а також запропоновано шляхи удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму (рис. 1).



Рис. 1. Шляхи удосконалення механізмів державного регулювання сфери туризму

Реалізація зазначених шляхів дозволить підвищити ефективність державного регулювання сфери туризму, проводити активну регіональну політику у сфері туризму, забезпечити дійову координацію заходів місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій. Це сприятиме збільшенню туристичних потоків на регіональному ринку туристичних послуг, організації нових робочих місць, збільшенню надходжень до державного та місцевих бюджетів.

Запровадження цих механізмів буде стимулювати туристичну діяльність, підсилювати взаємозв'язок туризму з іншими сферами соціального, економічного і культурного розвитку. Це буде сприяти підвищенню міжнародного авторитету України як туристичної держави на світовому ринку туристичних послуг, поповненню державного та місцевих бюджетів на основі інтенсивних соціально-економічних зрушень у суспільстві в результаті створення сучасної туристської індустрії.

Сисок використаних джерел:

1. Конищева Н.И., Давиденко Л.И. Развитие системы управления сферой туризма и курортов в Донецкой области // *Вісник ДІТБ*. – 2004. – № 8. – С. 79–92.
2. Близнюк А.М., Конищева Н.И. Пути повышения туристско-рекреационного имиджа Донецкой области // *Вісник ДІТБ*. – 2004. – № 8. – С. 8–19.
3. Конищева Н.И., Кузьменко А.В. Стратегия устойчивого развития туризма в Донецкой области // *Вісник ДІТБ*. – 2010. – № 8. – С. 20–32.
4. Давиденко Л.И. Підвищення кваліфікації кадрів у сфері державного управління туризмом // *Збірник наукових праць Національної академії державного управління при Президентові України*. – К.: Нац. академія державного управління при Президентові України, 2005. – С. 73–81.
5. Конищева Н.И., Давиденко Л.И. Пропозиції щодо розмежування повноважень центральних та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму // *Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Регіональна політика в Україні: сучасні форми та методи реалізації: Зб. наук. пр. – Вип. 2 (52)*. – Львів: Ін-т регіональних досліджень НАН України, 2005. – С. 146–159.
6. Близнюк А.М., Конищева Н.И., Давиденко Л.И. Координація дій на обласному рівні місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування у сфері туризму та суб'єктів підприємництва // *Вісник ДІТБ*. – 2005. – № 9. – С. 8–15.
7. Конищева Н.И. Удосконалення системи державного регулювання та управління розвитком туризму в Донецькій області // *Вісник ДІТБ*. – 2006. – № 10. – С. 30–37.
8. Конищева Н.И. Вдосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання в сфері туризму України // *Удосконалення механізму державного управління розвитком зовнішньоекономічної діяльності: Зб. наук. пр. – Сер. Державне управління*.

УДК 338.48

Дроботова М.В., к.э.н., доцент

Черкасский национальный университет им.Б.Хмельницкого

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ - ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ УКРАИНСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Промышленный (производственный) туризм – это организация регулярных туристических туров на действующие (или когда-то действовавшие) промышленные предприятия. Промышленный туризм – явление междисциплинарное и исследований, посвященных ему, практически нет. Но есть огромное число примеров городов, успешно эксплуатирующих туристов на своих предприятиях. В одной только Франции к 2007 году 1700 компаний принимали туристов на своих производственных площадках. Лидирует здесь приливная электростанция в Рансе, которая ежегодно принимает 300 000

туристов. А в Англии шоколадную фабрику Кэдберри посещают 400 000 человек. Пионерами в промышленном туризме были американские компании. Прецедент случился, когда завод Jack Daniel's открыл двери туристам в 1866 году, когда открылся сам. Сегодня предприятий, не принимающих туристов, в США осталось очень мало. В Германии, наоборот, упор делается на постиндустриальный мотив: например, заброшенные угольные и соляные шахты в Руре, судостроительные заводы времен Второй мировой войны. Хотя, конечно, открыты и многие действующие предприятия. Лидер посещаемости – завод BMW в баварском Вольфсбурге (260 тыс. туристов в год).

Многие поклонники промышленного туризма считают, что по-настоящему понять жителей той или иной страны можно только понаблюдав за тем, как они работают. В любой точке планеты можно найти предприятия, где посетителям с удовольствием рассказывают и показывают, как рождаются уникальные – или массовые – товары.

Организация туристических экскурсий на действующие производства может стать неожиданным подспорьем в развитии украинских городов и компаний. Это превосходный инструмент маркетинга территории и маркетинга объекта.

Кризис заставляет искать новые, нестандартные технологии выживания в экономике – инновации, о которых так много рассуждают. Интересные решения, как правило, располагаются между дисциплинами, между традиционными нишами деятельности. Считается, что нельзя, например, городу в равной степени развивать промышленность и туризм. Это несовместимые сферы, которые мешают друг другу. Это опровергает начавшийся 15 лет назад бум промышленного туризма в Западной Европе.

Одним из пионеров промышленного туризма на территории бывшего СССР называют металлургический гигант "Северсталь". Компания "Северсталь" сама предложила туристическим агентствам, чтобы популярные за рубежом теплоходные круизы по Верхней Волге включали в себя посещение металлургического гиганта в Череповце. Иностранным туристам, составляющим 80% от общего туристического потока на "Северсталь", показывают пятую домну - самую большую в Европе. Руководство металлургического завода утверждает, что пошло на такой шаг для того, чтобы нивелировать тот негативный образ, который сопровождает металлургические предприятия.

Подобного рода цель преследует и руководство Южно - Украинской АЭС. Открыв предприятие для посещения туристов руководство хочет показать, что атомная станция - это предприятие, где ежесекундно производятся замеры радиоактивного фона и ситуацию держат под контролем более 6 тыс. специалистов. Данный пример - частный случай использования промышленного туризма украинскими предприятиями для улучшения собственного имиджа. Сегодня это используют в основном производители различных алкогольных напитков - пивзавод "Оболонь", Одесский и Артемовский заводы шампанских вин, Институт вина и виноделия "Магарач".

Примеры промышленного туризма в Украине есть, однако они существуют на уровне отдельных областей, не получив распространения в масштабах всей страны, и максимум самоокупаемы, но никак не прибыльны. К примеру, тернопольская туристическая компания "Оксамит КЛ" возит группы туристов на фабрику елочных игрушек в Теремовлю, стекольный завод в Бережанах и пивной завод в Микулинцах (все объекты – Тернопольская область). В Горловке (Донецкая обл.) планируется предложить будущим туристам просмотр существующей в индустриальном техникуме учебной шахты - гостям города будет интересно почувствовать себя в роли горняка, спускающегося под землю за «черным золотом».

Существуют объективные трудности развития промышленного туризма в Украине - крайне жесткие требования норм техники безопасности; возможность промышленного шпионажа; невозможность пищевых предприятий показывать свое производство без наличия у посетителей справок о прохождении специального медосмотра и заполненной санитарной книжки; неосознание руководством украинских предприятий выгоды в улучшении имиджа и привлечении возможных инвестиций для развития.

Однако выгоды развития промышленного туризма для предприятий также очевидны. Пустить потребителя к себе на производство – это очень красивый рекламный ход. К тому же открыться для потребителя – это демонстрация честности и прозрачности управления, безукоризненных технологий, уверенности в своих перспективах перед лицом (иногда в буквальном смысле) конкурентов.

Еще один важный эффект превращения производства в туристический объект – стимуляция фирмы к улучшению корпоративного климата и трудовых отношений. Становятся осмысленными уборка в цехах, чистая рабочая форма, презентабельный вид оборудования и многое другое. У рабочих мотивация меняется, когда на них смотрят, как на музейное сокровище. Итак, фирма получает лояльность потребителей, эффективную поддержку брендов. А оборот сувенирных магазинов, расположенных в точках, где заканчиваются экскурсии, на 30% выше, чем в других точках с аналогичной продукцией.

Мировой опыт свидетельствует, что промышленный туризм для самого предприятия - это, скорее, борьба за имидж, и косвенно - за престиж того региона, в котором оно расположено, потому очень часто региональные власти стимулируют находящиеся в регионе крупные предприятия открывать свои двери для туристов. В первую очередь это способствует повышению туристической привлекательности региона. К примеру, индустриальный парк Hsinchu Science (HSIP), известный как тайваньская силиконовая долина, где находится производство в стиле hi - tech, уже более двух лет открыт для туристов. Ярким примером перекалфикации некогда промышленного города в туристический центр является немецкий Дортмунд. Одна из доменных печей его неработающего металлургического комбината используется ныне как смотровая площадка, с которой прекрасно виден город.

Излишне говорить, как выигрывает бюджет города от стимулирования продаж городских товаров и услуг. Кроме того, города приобретают новые

бренды, новые неожиданные и привлекательные элементы имиджа. К тому же экскурсии на действующие предприятия – это, как правило, дополнительная «нагрузка» к другим туристическим магнитам, которые сконцентрированы в городах. Причем популярнее всего у туристов объекты, которые являются брендами конкретных городов. Например, портовый комплекс в Роттердаме или завод «Ролекс» в Цюрихе. Сам город обеспечивает популярность бренда.

В первую очередь индустриальные районы Украины имеют колоссальный потенциал для развития промышленного туризма Днепропетровская, Запорожская, Донецкая. Однако и любой другой регион может предложить объекты для развития промышленного туризма. В черкасском регионе объектами промышленного туризма возможно обозначить - ОАО «Азот», ТОВ «Черкаська продовольча компанія», ТОВ «Світ ласощів» (кондитерські изделия), Корпорация «Богдан Моторс» (сборка автомобилей), ЗАО «Лавента» (производство обуви). Правильное использование таких объектов может принести хорошие экономические дивиденды предприятиям и региону, помочь обновить местную инфраструктуру.

Пока основной составляющей потока в сфере промышленного туризма остаются школьники и студенты, группы которых отдельные туристические фирмы возят на некоторые предприятия за символическую плату. Туристический поток на предприятия можно увеличить, в первую очередь, за счет иностранцев, так как интерес к таким объектам среди них будет весьма высок. Во-вторых, необходимо рассмотреть привлечение туристов с «профессиональным интересом» - специалистов аналогичных предприятий для изучения опыта и внедряемых инноваций, потенциальных инвесторов и представителей власти и городской общественности для формирования имиджа предприятия.

Список использованных источников:

1. www.ng.ru
2. www.bin.ua
3. www.ukrrudprom.ua

УДК 336.22:331.101.26

Думанська В.П., к.е.н., ст. викладач

кафедра управління персоналом та економіки праці

ДВНЗ „Київський національний економічний університет ім.В. Гетьмана”

ПОДАТКОВИЙ КОДЕКС: ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАСЛІДКИ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Прийняття Податкового кодексу (ПК) України викликало гостру полеміку як серед науковців, так і серед фахівців-практиків. Його можна вважати серйозною спробою у напрямі забезпечення стабільного розвитку економіки та вирішення соціальних протиріч. Низка положень документа потребують додаткових роз'яснень з боку офіційних органів, разом з тим ті норми нового

законодавства, які стосуються змін у сфері управління персоналом на підприємствах, потребують ґрунтовнішого дослідження.

Хоча багато положень ПК є дискусійними, зосередимось на тих нормах цього документа, які безпосередньо стосуються управління персоналом на підприємстві. До таких норм відносимо:

- контроль за реалізацією трудових відносин на підприємствах;
- навчання, перенавчання та підвищення кваліфікації працівника за рахунок коштів роботодавця;
- організацію відряджень працівників та компенсацію добових витрат.

Контроль за реалізацією трудових відносин на підприємствах є важливим елементом забезпечення верховенства закону у трудовій сфері та соціального захисту працівників. На наш погляд, суттєвий вплив на розвиток соціально-трудова відносин матиме те, що податковим органам дозволено, окрім бухгалтерських, фінансових та податкових перевірок, проводити перевірку дотримання трудового законодавства. Варто зазначити, що такі функції податковій службі делеговано вперше, раніше цим займалися центральні органи виконавчої влади, профспілки та їх об'єднання, організації роботодавців та їх об'єднаннями.

З позиції Законодавця, можливість проведення таких перевірок змусить роботодавців організувати трудові відносини з найманими працівниками відповідно до вимог законодавства, спонукатиме їх до узаконення трудових відносин, ліквідації виплат заробітних плат «у конвертах». Контроль за дотриманням трудового законодавства на підприємствах, на наш погляд, сприятиме посиленню відчуття захищеності серед працівників, прозорішому розвитку трудових відносин, наближенню останніх до європейських стандартів. Проте негативним наслідком такого контролю можуть стати зловживання з боку податкових органів, розвиток хабарництва у контролюючих органах та ін.

Вважаємо, доцільнішим буде покласти контроль за дотриманням трудового законодавства на підприємствах на інспекцію з праці, як це було й передбачено в останньому проекті Трудового Кодексу [1].

Навчання, перенавчання та підвищення кваліфікації працівника за рахунок коштів роботодавця. У Кодексі чітко прописано механізм надання підприємством такого фінансування, умови, на яких воно надається, а також зобов'язання, які виникають внаслідок недотримання умов. По-перше, підприємство може витратити кошти на навчання працівника, якщо така освіта є необхідною для ведення господарської діяльності роботодавця. По-друге, фінансування навчання здійснюється виключно за наявності контракту, згідно якого працівник зобов'язаний відпрацювати у роботодавця після закінчення навчального закладу не менше трьох років. По третє, у разі розірвання договору передбачено податкові зобов'язання (сплата податку і пені) як для працівника, так і для роботодавця.

Зазначимо, що Податковим Кодексом встановлено ліміт коштів, які можуть бути витрачені підприємством на навчання одного працівника без виникнення додаткових податкових зобов'язань для цього працівника [2, с. 233]. Згідно норм Кодексу максимальний рівень щомісячної плати за навчання

одного працівника, який не підлягає оподаткуванню, станом на 01.01.2012 р. складає 1420 грн. на місяць.¹ Перевищення такого ліміту класифікуватиметься як отримання працівником нематеріального блага, яке підлягає оподаткуванню згідно Ст. 164 п.5 ПК.

Запропонованого законодавством звільненого від оподаткування ліміту коштів на навчання співробітника вистачить хіба що на здобуття освіти у вітчизняному вищому чи професійно-технічному навчальному закладі. На навчання за програмами MBA (Master of Business Administration) таких коштів явно замало. Для прикладу, вартість одного року навчання в українських бізнес-школах коливається від 18 600 грн. до 100 000 грн., здобуття такої освіти за кордоном обійдеться у 1,5-3 рази дорожче [3].

Організація інших видів навчання працівників (семінари, конференції, тренінги, бізнес-курси тощо) ПК не регулюється. Зазначимо, що до 1.04.2011 ці витрати відносили до витрат господарської діяльності. Тобто, є підстави робити так і надалі.

Організація відряджень працівників та компенсація добових витрат. У ПК передбачено низку змін, що стосуються витрат на відрядження працівників. Законодавцем чітко визначено категорії витрат на відрядження працівників, які відносяться до валових витрат і не підлягають оподаткуванню (Ст. 140 п.1.7 ПК). Принциповим є збільшення максимального обсягу добових витрат (витрат, не підтверджених документально): на території України - до 0,2 розміру мінімальної заробітної плати, за кордон - не вище 0,75 розміру мінімальної заробітної плати (мінімальна заробітна плата станом 1 січня звітного року). Так, станом на 01.01.2012 р. підприємства можуть відшкодувати працівникам добові витрати у зв'язку з перебуванням у відрядженні на території України у розмірі до 214,60 грн. та до 804,75 грн. – у випадку відрядження за кордон. Тобто відбулося збільшення величини добових витрат під час відряджень по території України більше, ніж у 6 разів (раніше сума становила 30 гривень). Щодо добових витрат під час відрядження за кордон – їх суттєво наблизили до європейського рівня. Так, добові витрати для працівників європейських підприємств коливаються від 61 до 361 євро залежно від рівня цін у країні відрядження [4], проте у цю суму включено вартість проживання у готелі.

Наголошуємо, що Кодексом передбачено виключно максимальний розмір добових виплат, однак їх мінімальна величина не регламентується. Тобто, підприємства та організації повинні затверджувати суму добових виплат на основі внутрішніх документів. Вважаємо, що обов'язково слід закріпити мінімальну межу, щоб уникнути зловживань з боку роботодавців.

У ПК також передбачено збільшення терміну подання авансових звітів. Цей термін продовжено до 5 днів, як і в більшості країн Європи, що суттєво полегшує процедуру звітування. Зазначимо, що документальний порядок оформлення відрядження працівників не змінено.

¹ Розраховано наступним чином: $1,4 * 1017 \text{ грн.} = 1423,80 \text{ грн.}$ Округлення до найближчих 10 гривень. Основою для розрахунку став розмір прожиткового мінімуму станом на 1.01.2012 – 1017 грн.

Зміна у порядку компенсації добових витрат призведе до збільшення видатків підприємств та організацій, пов'язаних з організацією відряджень. На нашу думку, цей крок є важливим для організації відряджень у приватних та міжнародних компаніях, оскільки такі компанії зможуть офіційно компенсувати добові витрати своїм працівникам, адже раніше для цього потрібно було шукати інші механізми, бо передбачені законом суми були просто мізерними. Зовсім інший ефект запропоновані заходи матимуть у державному секторі. За рахунок збільшення видатків на відрядження зростуть виплати з місцевих бюджетів, більше коштів доведеться спрямувати на організацію відряджень чиновників.

Податковий Кодекс, безумовно, є прогресивним нормативним документом у сфері оподаткування, проте деякі його положення можуть неоднозначно вплинути на розвиток соціально-трудова сфери. Нівелювати негативний вплив таких норм можна шляхом прийняття відповідного Трудового кодексу, нового ЗУ «Про вищу освіту» та інших документів, яких потребує суспільство.

Список використаних джерел:

1. Проект Трудового Кодексу України. № 1108 від 04.12.2007. Текст законопроекту до другого читання 10.12.2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?pf3511=30947
2. Податковий кодекс України: чинне законодавство станом на 10 грудня 2010 року: (Відповідає офіц. текстові) – К.: Алерта; Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
3. Вартість навчання на програмах MBA в українських бізнес-школах, 2011. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до статті: <http://euroosvita.net/?category=1&id=943>
4. Current per diem rates (as of January 01, 2011). - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/europeaid/work/procedures/implementation/perdiems/documents/perdiem_201007_version_to_be_published.pdf

УДК 338.15

Звягінцева О.Б., к.е.н., здобувач

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
**МОДЕЛЮВАННЯ ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ
МАРКЕТИНГУ ХАРЧОВИХ ПІДПРИЄМСТВ
УКРАЇНСЬКОГО ПРИЧОРНОМОР'Я**

Розробку комплексу маркетингу харчовими підприємствами України й Українського Причорномор'я доцільно представити у вигляді моделі маркетингової діяльності й продемонструвати адаптацію цієї моделі до діяльності виробників окремих продовольчих товарів. На нашу думку модель формування оптимального комплексу маркетингу конкретного продовольчого товару харчового підприємства повинна мати такий вигляд (рис. 1).

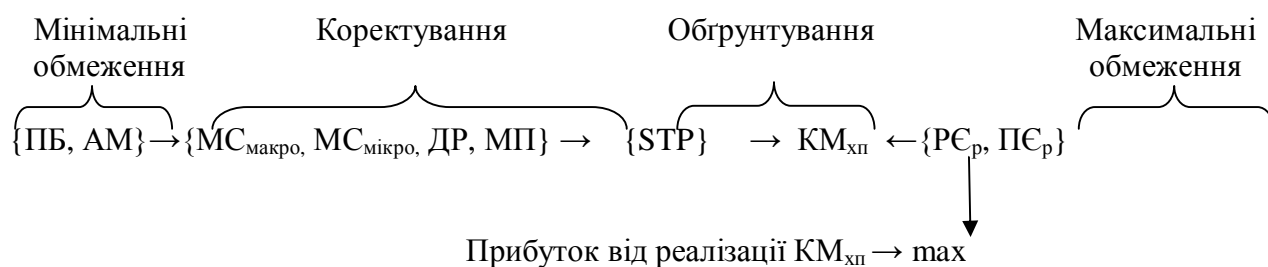


Рис. 1. Модель формування оптимального комплексу маркетингу конкретного продовольчого товару харчового підприємства

Модель розробки й втілення в життя комплексу маркетингу включає моделювання процесів його складових при нормативних обмеженнях. Мінімальними обмеженнями даної моделі виступають обмеження по продовольчій безпеці щодо конкретного продовольчого товару (ПБ) і обмеження по агромаркетингу сировини для конкретного продовольчого товару (АМ). Максимальними – обмеження по реальній і потенційній ємкості конкретного ринку конкретного продовольчого товару (РЄ_р й ПЄ_р). Коригувальними потенційний комплекс маркетингу виступають показники маркетингового макро- та мікросередовища, державного регулювання маркетингової й виробничо-комерційної діяльності харчового підприємства, що виробляє продовольчий продукт - об'єкт комплексу маркетингу, а також власні можливості підприємства. Обґрунтуванням моделі комплексу маркетингу виступають результати STP-маркетингу.

Адаптація запропонованої моделі до механізму формування комплексу маркетингу харчових підприємств, що виробляють конкретний продовольчий товар залежить від маркетингової специфіки цього товару. Так, адаптація моделі формування комплексу маркетингу виробників м'яса й м'ясопродуктів показала наступні результати. По-перше, при розробці комплексу маркетингу виробників м'яса й м'ясопродуктів підприємствами Українського Причорномор'я, їхньому керівництву варто мати на увазі, що продовольча безпека країни й регіону не відповідає нормативному рівню, отже, нижня границя комплексу маркетингу в натуральному вимірі на сьогоднішній момент не досягнута. Тобто для задоволення, принаймні, медичних норм споживання м'яса власного виробництва населенням країни й регіону проблематичне. Отже, процес формування комплексу маркетингу м'яса й м'ясопродуктів повинен включати заходи щодо залучення імпортованих продуктів.

По-друге, аналіз результатів агромаркетингу підприємств Українського Причорномор'я показав високий потенціал виробництва сировини для підприємств, що виробляють м'ясопродукти. Але, на жаль, реальна картина далека від можливих досягнень у цій області в чинність ряду об'єктивних і суб'єктивних причин і проблем. Ефективним виходом зі сформованої ситуації багато фахівців у сфері харчової промисловості й сільського господарства представляють наявність комплексності діяльності харчових і сільськогосподарських підприємств: заходів агромаркетингу «під замовлення»

виробника м'ясопродуктів, здійсненого за результатами маркетингових досліджень споживчого ринку. Так працює, наприклад, Миронівський комбінат хлібопродуктів - лідер у своїй сфері діяльності в країні.

По-третє, аналіз кон'юнктури ринку виробників м'яса й інших харчових товарів, впливу її факторів (сил маркетингового макросередовища) на виробництво й споживання продовольства показав розвиток бажаного рівня й структури споживання продуктів харчування населенням України й Українського Причорномор'я. Отже, ринок має потребу в проведенні заходів продовольчого маркетингу, що сприяють задоволенню запитів і уподобань покупців відносно продовольчих товарів, у тому числі - м'ясопродуктів.

У моделі комплексу маркетингу по м'ясу й м'ясопродуктам варто також ураховувати вимоги законодавства відносно виробництва й маркетингу даних продовольчих товарів.

Облік мінімальних і максимальних обмежень, коректування за результатами моніторингу макро- і мікросередовища маркетингу, державного регулювання й можливостей підприємства, а також обґрунтування результатами маркетингових досліджень і відбору цільових ринків, створює базис моделювання комплексу маркетингу харчових підприємств.

Максимальне обмеження запропонованої нами моделі формування комплексу маркетингу харчових підприємств - розмір ємкості ринку по продукту - об'єкту комплексу маркетингу. Тобто на базі моделі повинен бути розроблений ефективний комплекс маркетингу по харчовому продукті, кількісне виробництво якого необхідно прив'язати до максимально можливого його споживання. Якщо буде вироблено харчового продукту більше можливого споживання, то частина продукції не буде реалізована й через відсутність можливості його повної переробки, підприємства одержать збиток від своєї виробничо-комерційної діяльності. Якщо буде вироблено продовольчого товару менше граничного значення, то недоодержання населенням стратегічно значимих товарів приведе до розвитку всіх проблем дефіцитного ринку. Ми пропонуємо максимально обмежувати кількісне значення комплексу маркетингу харчового товару не стільки реальною ємкістю його ринку, скільки потенційною ємкістю. Значення реальної ємкості ринку аналізованого товару маркетинголог харчового підприємства може одержати із вторинної інформації, зокрема зі Звіту про стан продовольчої безпеки України Департаменту макроекономіки. Цей показник виступає, на наш погляд, зразковим – що характеризує рівень споживання харчового товару всім населенням у річній динаміці. Тобто якщо за 2009 рік ємкість українського ринку м'яса й м'ясопродуктів становила 2340,0 тис. тон у рік, в 2008 р. - 2338,0 тис. тон, в 2007 р. - 2854,7 тис. тон, то в розрахунковому році розробки комплексу маркетингу підприємства-виробника цих продуктів необхідно відштовхуватися від умовно середнього значення цієї реальної ємкості ринку. Але специфіка виробленої м'ясокомбінатами продукції різна для підгалузей всієї галузі: частина підприємств виробляє куряче м'ясо, частина «червоне», ковбасні вироби й напівфабрикати; асортимент продовольчих товарів у кожній групі

широкий. Специфіка споживання цих товарів також має індивідуальні маркетингові особливості.

Показники, що використовуються в розрахунках, повинні бути отримані маркетингологами в ході аналізу попиту, запитів та вимог споживачів стосовно харчового продукту. Розрахована ємкість ринку показує, скільки продукту з різними характеристиками необхідно виробляти для того, щоб задовольнити виявлений у результаті маркетингових досліджень попит. Конкретний виробник, орієнтуючись на цю величину, скоректовану на «регіональну чи локальну поправку», відповідно до рівня власної виробничої потужності, повинен діяти у своїй ніші ринку.

Список використаних джерел:

1. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей. 10-е изд. / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел Пер. с англ. – С-Пб. : Питер, 2007. – 944 с.
2. Котлер Ф. Хаотика: управління та маркетинг в епоху турбулентності / Ф. Котлер, Дж. А. Касліоне. – К. : Хімджест, ПЛАСКЕ, 2009. – 208 с.
3. Маркетинг / Под ред. М. Бейкера. – С-Пб. : Питер, 2002. – 1200 с.

УДК 331.01

Зозуля О.Г., студентка групи 6 МО (3)

Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ДОЦІЛЬНІСТЬ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ЗА МЕТОДОМ «360 ГРАДУСІВ»

Під оцінкою персоналу звичайно розуміють цілеспрямоване порівняння певних характеристик (професійно-кваліфікаційного рівня, ділових якостей, результатів праці) працівників з відповідними параметрами, вимогами, еталонами.

У практиці господарювання застосовуються зовнішня оцінка та самооцінка. Зовнішньою вважають оцінку діяльності працівника керівником (керівниками) фірми, трудовим колективом, безпосередніми споживачами продуктів праці. Самооцінка здійснюється самим працівником і базується на власному уявленні про цілі життя та трудової діяльності, допустимих і заборонених способах їхнього досягнення, про необхідні моральні якості (сумлінність, чесність, відданість ділу тощо).

Найчастіше при виборі методу оцінки персоналу на підприємстві використовують порівняльний підхід.

Порівняльний підхід в оцінці персоналу підприємства представлений наступними методами: метод анкетування; описовий метод; метод класифікації; метод порівняння параметрів; рейтинговий метод; метод визначеного розподілу; метод оцінки за вирішальною ситуацією; метод шкали спостереження за поведінкою; метод інтерв'ю; метод «360 градусів»; метод тестування; метод ділових ігор; метод оцінки на базі моделей компетентності.

Для проведення більш об'єктивної оцінки персоналу на підприємстві ми вважаємо за доцільне впровадження використання саме методу оцінки персоналу «360 градусів».

Термін „Метод оцінки 360 градусів” був введений в 1997 році і мав на увазі „систематичний збір інформації щодо результатів індивідуума або групи, одержаний від оточення”. Інформація звичайно є результатом деякої форми рейтингу, ранжируваного по різних показниках (подібно компетенціям).

Основними джерелами інформації при проведенні оцінки індивідуума методом «360 градусів» є його безпосередній начальник, колеги і підлеглі. Оцінка також може включати інформацію від інших зацікавлених осіб, таких як зовнішні споживачі, клієнти і постачальники. В цьому випадку даний метод приймає назву методу оцінки 540 градусів. Процес самооцінки індивідуума може бути також використаний, як і будь-яке інше джерело зворотного зв'язку.

«Метод 360 градусів» поки що є дещо незвичайним методом оцінки. Методика в її «промисловому» застосуванні з'явилася достатньо недавно - з приходом іноземних компаній, зокрема американських. Проте останнім часом все більше і більше європейських, російських і українських компаній вдаються до цього методу.

Сьогодні на підприємствах найчастіше застосовують для оцінки персоналу атестацію. Принципова відмінність - співробітника оцінюють не тільки так звана атестаційна комісія або його безпосередній керівник, а колеги по роботі, підлеглі і навіть клієнти. Таких оцінюючих, їх називають респондентами, може бути достатньо багато (на відміну від звичної ситуації, коли оцінка ведеться тільки безпосереднім керівником). Завдяки тому, що людину оцінюють різні люди, що спілкуються з цією людиною в різних ситуаціях, досягається більший об'єктивізм.

Основні задачі, вирішувані через оцінку «360 градусів» — це:

- оцінка потенціалу співробітників;
- створення планів розвитку і бази для коучинга (наставництва);
- приголомшливий інструмент для вивчення клімату в колективі.

До похідних можна віднести: поліпшення зворотного зв'язку (як сказати людині про те, що у нього є проблеми щоб він ще це зрозумів, та ще щиро над цим задумався), поліпшення стилю керівництва, і серйозний запуск процесу мислення на тему «над чим я повинен в собі попрацювати, щоб стати краще?»

Якщо компанія вважає себе достатньо просунутою в плані моралі демократії і розвитку, не зіпсована підходом наказового адміністративно-командного командування (я сказав..., я начальник — ти...), то можна ефективно використовувати цей інструмент для досягнення перших 3-х цілей.

Використання методу оцінки «360 градусів» залежить від тих цілей, які переслідує організація. Метод може бути використаний для вирішення задач оцінки персоналу або його розвитку. Але частіше всього метод використовується для цілей розвитку як індивідуальних, так і групових навиків. Агреговані дані за наслідками оцінки можуть бути використані для аналізу потреб в навчанні, а також можуть бути включені в план розвитку на стратегічному рівні компанії, що говоритиме про відповідність необхідних навиків персоналу поставленим цілям організації.

При постановці методу планування є ключовим чинником. Більшість організацій недооцінює кількість часу, який необхідний відвести на планування.

Типова модель процесу постановки методу оцінки «360 градусів» в організації наведена на рис. 1.

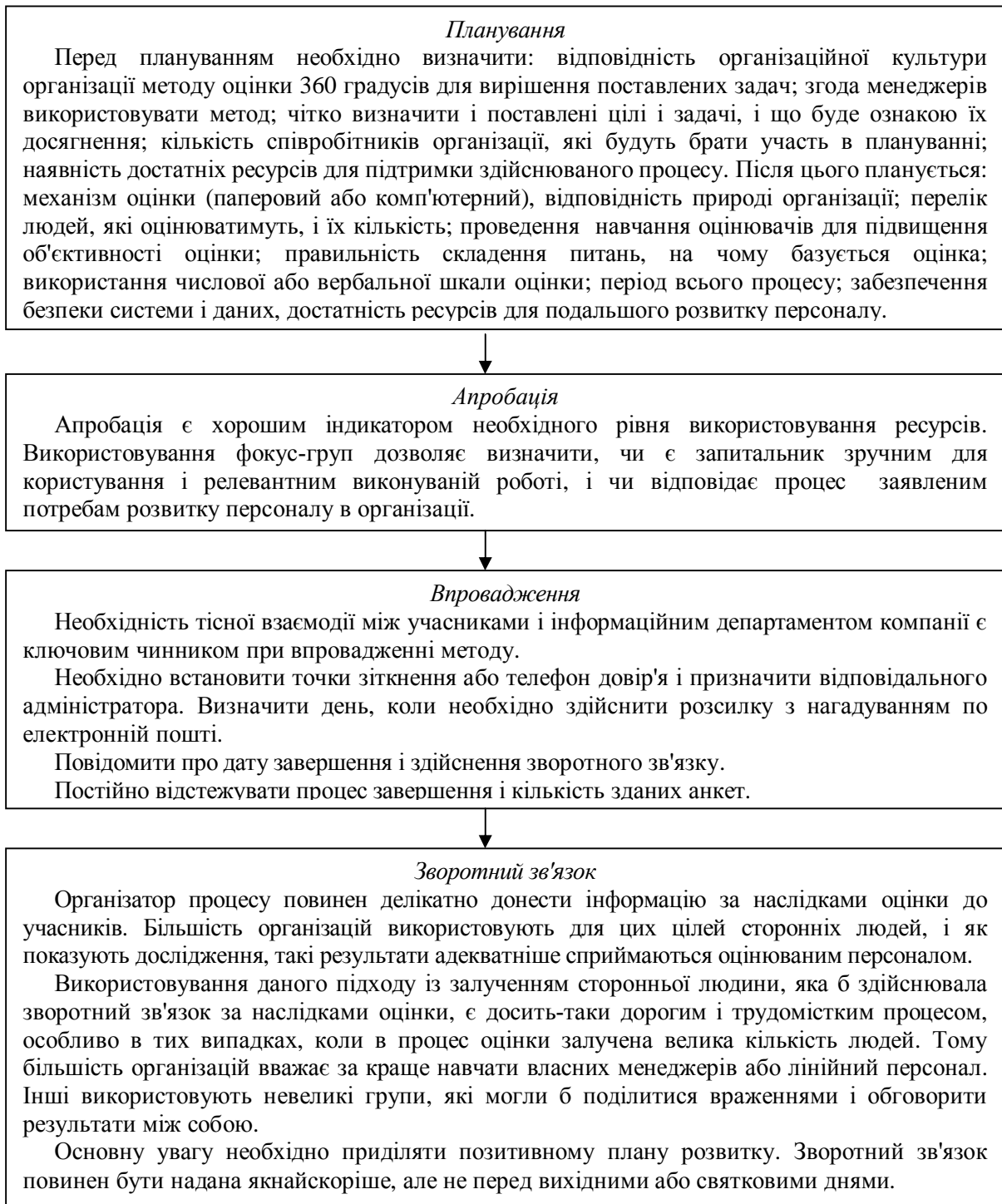


Рис. 1 Типова модель процесу постановки методу оцінки 360 градусів в організації

Оцінка результатів виконаної роботи:

- досягнення поставлених цілей;
- визначення потреби в розвитку;
- оцінка процесу зворотного зв'язку (легкий, комфортний для учасників);
- надання вичерпної і надійної інформації.

Інтерпретація результатів оцінки достатньо проста, якщо представити результати у вигляді графіків. Інше повинен зробити здоровий глузд. Співробітнику явно варто задуматися, наприклад, якщо його самооцінка явно і майже завжди вище за оцінки керівника, колег і підлеглих. Метод оцінки «360 градусів» - це дуже сильний інструмент.

Список використаних джерел:

1. Іванов В.Б., Кохась О.М., Хмелевський С.М. Потенціал підприємства: науково-метод. посіб. – К.: Кондор, 2009. – 300 с.
2. Кириллов Л. Як примусити співробітників "горіти" на роботі // Управління персоналом.- 2000.- № 6. – с. 26-31.

УДК 336

Кендюхов А.В.

*Председатель Всеукраинского союза ученых-экономистов,
заведующий кафедрой стратегического управления
экономическим развитием ДонНТУ, д.э.н., профессор*

**СТЕОРЕОТИПНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ КАК
ГЛАВНОЕ ПРЕПЯТСТВИЕ НА ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ
ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ:
МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Нынешний кризис обнаружил целый ряд проблем, среди которых едва ли не важнейшая касается развития экономической мысли. За двадцать лет независимости в Украине были приняты сотни вроде бы правильных законов, регламентирующих и регулирующих экономическую жизнь страны. И все они, что характерно, проходили соответствующую экономическую научную экспертизу и были одобрены. Но что в итоге? Результат нулевой, хотя теми же научными кругами, которые поддерживали соответствующие законы, не один из них не был признан ошибочным. Выясняется, что все было правильно, но зря! Доказательство - страна двадцать лет топчется на месте.

В странах Запада ситуация во многом аналогична. До начала в 2008 году нового мирового кризиса и США, и Европейский союз вроде бы то же проводили правильную экономическую политику, подкрепленную научным обоснованием десятков экспертов с мировым именем и нобелевскими премиями по экономике. И, как затем выяснилось, все оказалось зря.

Системная «правильность» экономических решений и тупиковость их следствий говорит о том, что экономические мозги, генерирующие соответствующие управленческие решения, очевидно, находятся в состоянии кризиса. Я называю его кризисом инерционного мышления.

Инерционное мышление зафиксировано во всех учебниках по экономике. А именно, что главными факторами производства являются труд, земля и капитал. Чуть позже, в эпоху окончательной победы капитализма над марксизмом, к этому перечню добавилась и предпринимательская способность. Эта догма сидит в головах почти всех экономистов во всех странах мира и на

протяжении уже более сотни лет надежно защищает тихую гавань экономического мышления от каких-либо интеллектуальных всплесков.

Все приведенные выше факторы производства – возобновляемые. Но самый важный, не возобновляемый фактор, почему-то напрочь выпал из поля зрения большинства экономистов. Этот фактор – время! Можно купить новое оборудование, нанять новых сотрудников, провести рекультивацию почвы, открыть новый бизнес, но нельзя вернуть время, которое уже прошло!

Инерционность мышления в экономике приводит к бесконечному совершенствованию системы управления устоявшимися в сознании экономистов факторами производства – трудом, землей, капиталом и предпринимательской способностью. Это, так называемое совершенствование, одновременно с мифом социализации рынка реализуется через создание все новых и новых регламентирующих и регулирующих бюрократических процедур, главным результатом чего становится замедление всех экономических процессов в реальном секторе экономики. Представьте себе, что если бы все экономические процессы в стране шли в два раза быстрее, то за год мы бы имели два ВВП и не было бы необходимости повышать пенсионный возраст, вводить налоги на недвижимость и выставлять на продажу стратегические предприятия. Наша Верховная Рада как главный критерий эффективности своей работы всегда приводила высокий показатель принятия законов в единицу времени. Думаю, что если бы Рада работала в два раза эффективнее и выдала стране в два раза больше законов, чем успела за годы независимости, то Украины бы уже не существовало.

Инерционность мышления приводит к тому, что, когда мы слышим об экономических реформах, в числе приоритетов – налоговая реформа, пенсионная, земельная, традиционная защита бедных, но ни слова о том, как все это повлияет на увеличение скорости экономических процессов в стране. А если скорость этих процессов не меняется или меняется не значительно, то наш рывок вперед в очередной раз превратиться в бег на месте.

Еще один элемент управленческого кризиса – вера в иллюзию, что во всем виноваты либеральные принципы рыночной экономики. Устройство человеческих мозгов таково, что эти мозги не склонны в чем-либо винить себя, гораздо легче обвинять либеральную рыночную идеологию, хотя в украинской экономике свободная конкуренция всегда была мифом, а экономики стран Запада в течение тридцати лет, предшествовавших кризису, подвергались все большей регламентации и регуляции со стороны национальных государств, декларировавших важность социальной ориентации рынка и раздувавших рост потребления. Это привело, с одной стороны, к замедлению экономических процессов в реальном, прежде всего, экспортоориентированном секторе экономики и, как следствие, отрицательному торговому салдо во многих странах Запада, а с другой – вращивало иждивенческий потребительский стереотип, что сегодня все можно взять в кредит, а завтра как-нибудь расплатиться.

Путь к повышению национальной конкурентоспособности через усложнение национальной экономической системы – это путь в никуда, в

економический тупик. Нежелание найти свой самобытный рецепт економического успеха, подражание Западу с аргументацией, что у них такие законы есть, а у нас нет, в конце концов обернется для Украины куда более трагическими событиями, чем сегодня в отдельных странах Евросоюза. Для того, чтобы достичь неординарные цели нужно находить неординарные способы их достижения. Выбирая пройденный путь мы всегда будем в роли догоняющего.

В условиях стремительно возрастающей динамики и дифференциации продуктово-рыночных комбинаций, важнейшим економическим ресурсом становится время, а ключевым фактором конкурентоспособности – скорость економических процессов. В таких условиях наибольшие темпы роста будут демонстрировать наиболее дебюрократизированные и дерегламентированные економические системы. Следовательно, важнейшая задача современной економической науки состоит в поиске механизмов максимального упрощения национальной економической системы, а оценка эффективности економических реформ должна рассматриваться исключительно сквозь призму ускорения економических процессов и необходимости изменения структуры национального производства в соответствии с национальной маркетинговой стратегией, которой пока что у Украины нет. Если реформы не решают эти две главнейшие задачи, то они являются бессмысленными.

Сегодня мы видим явное несоответствие стратегических инструментов реформирования економики стратегическим целям. Совершенно не ясно, как принятые налоговая и пенсионная реформы, бюджетный и таможенный кодексы, запланированный запуск рынка земли обеспечат вхождение Украины в двадцатку наиболее економически развитых стран мира. Очевидно, назрела острейшая необходимость разработки принципиально новой стратегической модели конкурентоспособности национальной економики, в том числе формирование концепции маркетингового позиционирования Украины с учетом тенденций развития мировых рынков в ближайшие 50 лет.

Главный вывод из вышесказанного прост: если мы всегда действовали правильно, но, как выяснилось, зря, то, вероятно, пора начинать действовать не правильно. То есть разрушать стереотипы економического мышления, ломать традиции принятия управленческих решений и создавать новые правила вместо устаревших.

УДК 339.13

Кисельов П.С., студент гр.6-МОз

Пасека А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКО-ГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У більшій мірі, сільське господарство – це сфера В2В, де споживачами продукції є корпоративні клієнти, тобто підприємства-виробники продуктів харчування. На відміну від бізнесу, орієнтованого на кінцевих споживачів

(B2C), особливості маркетингової діяльності в агробізнесі полягають в тому, що вибір покупця в основному базується на раціональних міркуваннях, і рішення про замовлення приймається не окремою особою, а колективом фахівців; проводиться попереднє дослідження цін та постачальників; як правило, проводяться конкурентні торги, практично у всіх випадках проходять переговори.

Завдяки наявності великої кількості спеціалізованих професійних видань, а особливо завдяки розвитку інтернету, замовники добре інформовані про товар або послугу, основні характеристики та додаткові можливості. У цих умовах зростає роль іміджу (репутації) компанії, відомостей у публікаціях спеціалізованої преси та відгуків інших корпоративних споживачів.

Перед тим як закупити велику партію сільськогосподарської продукції часто проводиться так званий маркетинг постачальників. В цілому, за даними опитування керівників 10 великих сільськогосподарських підприємств України, ієрархія важливих для прийняття рішення характеристик постачальника, ранжируваних в порядку важливості виглядає наступним чином [1]

1. Наявність служби технічної допомоги
2. Оперативність поставок
3. Швидкість реакції на запити
4. Якість товару (послуги)
5. Репутація постачальника
6. Ціна товару
9. Можливості надання кредиту
10. Особисті стосунки і т. д.

Критерії вибору постачальників досліджені компанією Intersoft Lab в липні 2009 року за матеріалами дослідження ряду зарубіжних звітів, що відносяться до вибору постачальників систем зберігання даних, наводить такі основні результати аналізу [3]

Перше місце - інтегрований показник: співвідношення якості (продуктивність)/ вартість. Другий важливий критерій: можливості постачальника здійснювати підтримку свого продукту (сервіс), фінансова стабільність і здатність постачальника долати короточасні труднощі. Також, дуже істотним є те, наскільки постачальник здатний забезпечити широкий набір кваліфікованих послуг при впровадженні продукту та подальшої підтримки клієнта (сервіс). Принципове значення має ширина і глибина партнерських зв'язків постачальника з незалежними виробниками. І ще один вельми показовий критерій - кількість, доступність і масштаб клієнтських відгуків.

Особливу роль в Українському агробізнесі, як правило, мають особисті стосунки. Але вплив раціональних чинників зберігається. Найбільш значущим чинником, що впливає на репутацію постачальника серед українських представників агробізнесу є "виконання зобов'язань" - 72% опитаних вказали цей критерій як найбільш важливий. Далі слідує "конкурентоспроможна ціна" - 66%, "точність і чіткість виконання замовлення" - 65%, "чесність компанії" - 60%, "постійний складський запас" - 57%, "оперативність прийняття

рішень / рішення проблем" - 52%, "гнучкість, відкритість, бажання йти назустріч" - 49% [2].

Найвищі оцінки значущості опитані дали критеріями з групи "репутація компанії", тобто "виконання зобов'язань", "чесність компанії", "гнучкість, відкритість, бажання йти назустріч", які багато хто цінують навіть вище, ніж конкурентоспроможну ціну і асортиментну політику. Ставлення до фірми зазвичай формується з відносин з менеджером. Хороший менеджер може стати перевагою у співпраці з постачальником, а поганий - головною причиною відмови від роботи. Таким чином, менеджери компанії грають дві ролі - вони формують образ компанії через трансляцію її раціональних характеристик.

Існує особливо великий ризик емоційного неприйняття. Неприпустимо вживання ненадійних фактів, залучення неперевіраних особистостей. Репутація тих, хто вас рекомендує - ваш капітал.

Серед засобів стимулювання збуту в сільському господарстві значної уваги заслуговує такий класичний фактор переконання, як унікальна торгова пропозиція - УТП. Зокрема продукт і набір послуг, такий, що його не пропонує жоден із конкурентів.

Специфіка знижок у сільському господарстві полягає в тому, що вони враховують сезонність і можливість надходження коштів за поставлений товар. Так, зокрема наприкінці літа і на початку осені майже всі пропозиції за зниженими цінами. І чим ближче до початку нового сезону (весни) тим вищою стає ціна.

Більшість сільськогосподарських компаній для стимулювання збуту та реклами своєї продукції організовують галузеві виставки і семінари, де демонструють свої товари і доносять їх головні переваги, знаходять нових клієнтів, встановлюють ділові контакти, спілкуються із споживачами і знайомляться із потенційними клієнтами.

Одним із найбільш поширених методів стимулювання збуту в агробізнесі є проведення комерційних конкурсів для регіональних менеджерів і дилерів з метою активізації зусиль на збут продукції. Як правило, такі конкурси проводяться компаніями для торгових представників кожного року, а інколи і частіше. Вони посилюють мотивацію і виявляють найкращих працівників, які отримують винагороду за найкращі результати.

Список використаних джерел:

1. Клименко Володимир: перш ніж починати виробництво, необхідно подумати, куди вироблену продукцію збути / В.Клименко / [текст] // Пропозиція - №10 2002р.
2. Поліщук Олександр «Продаємо якісно!» / О.Поліщук/ [текст] // Пропозиція - №11, 2010р. с.34-36
3. Маркетингові дослідження / Intersoft Lab / [електронний ресурс] <http://www.iso.ru/cgi-bin/main/public.cgi>

*Коваленко І.А., студентка групи 4 МО,
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

МОДЕРНІЗАЦІЯ РОЛЕЙ HR-МЕНЕДЖЕРА У СВІТЛІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Економічна ситуація, що склалася на сьогодні, багато в чому змінила характер роботи по управлінню персоналом, поставивши на порядок денний зовсім інші, ніж півроку-рік назад, завдання. Відповідно змінюється і роль фахівців з управління персоналом.

Довгий час основною діяльністю відділів кадрів в українських компаніях було діловодство. Сьогодні ж воно є лише незначною частиною сервісної функції HR-менеджера (рис. 1).

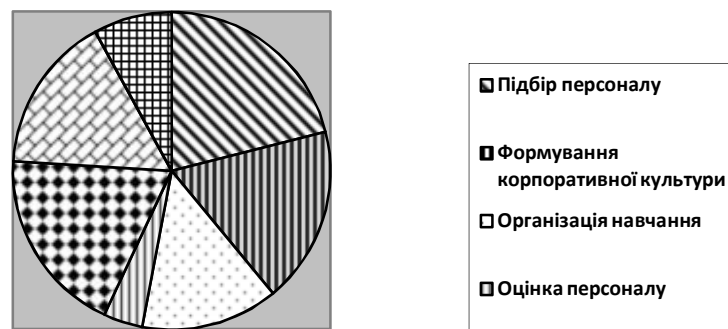


Рис.1 Основні функції менеджера по персоналу [3]

В даний час в зв'язку з глобалізацією світової економіки відбувається переоцінка цінності і значущості для компанії кожної ієрархічної ланки і конкретного працівника.

HR-менеджерам і іншим керівникам необхідно зрозуміти, що глобалізація торкнулася абсолютно всіх. Причому не має значення, працює компанія у вузькоспеціалізованій ніші бізнесу, виробляє продукцію на експорт або тільки для внутрішнього ринку працює за міжнародними стандартами або ні.

Багато HR-менеджерів наївно вважають, що якщо їх компанія не має в Україні прямих зарубіжних конкурентів, то вони знаходяться поза впливом глобалізації. Вони не враховують той факт що ринок праці кардинально змінився за останні роки і продовжує мінятися. Оскільки сьогодні кордони відкриті, легальна і нелегальна міграція робочої сили - це факт, який необхідно прийняти.

Глобалізація характеризується прискоренням соціальних змін, пов'язаних з ринком праці, кар'єрами, контрактами, підготовленим, мобільнішим і утвореним новим поколінням. Усе це безпосередньо торкається роботи служби HR, впливає на її роль в компаніях, а також на вибір і використання різних HR-інструментів і технологій [2, с.240].

Зарубіжний досвід показує, що поряд з освітою, досвідом та навичками необхідно володіти рядом особистих якостей, які необхідні в роботі HR-менеджера (рис. 2).

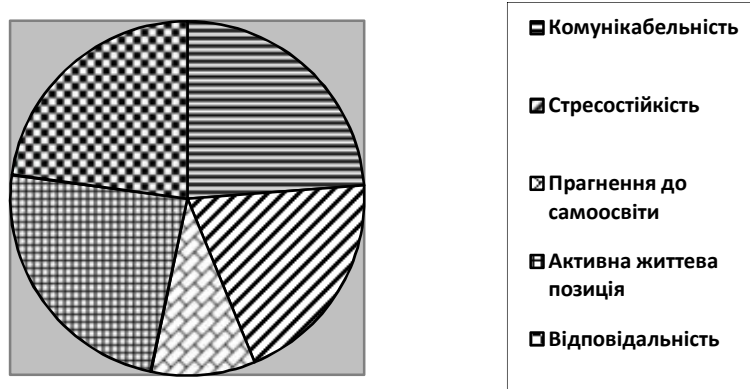


Рис. 2 Особисті якості менеджера по персоналу[3]

Наразі вітчизняні HR-менеджери переймають зарубіжний досвід, але сьогодні цього вже не достатньо, глобальні зміни потребують глобальних перетворень, HR-менеджеру необхідно розібратися в розумінні і виконанні власної правильної ролі в організації, серед таких ролей можуть бути (рис. 3):

- "Захисник співробітників" - це HR-менеджер, який орієнтується і проявляє максимальну лояльність до персоналу, особливо якщо персонал є стратегічним ресурсом, приміром в професійних структурах. При цьому HR-менеджер свято вірить в те що життя співробітників можна істотно поліпшити. Він цінує довіру персоналу і ідентифікує себе з ним. Він здатний розбиратися в специфіці роботи співробітників і має навички впливу. Це зовсім не означає, що HR-менеджер грає роль профспілки і опонує бізнесу. Навпаки, бізнес тільки виграє від раціональнішого використання персоналу. Це також не означає, що HR-менеджер є щось подібне до "опори" для співробітників, як було раніше прийнято в деяких організаціях.

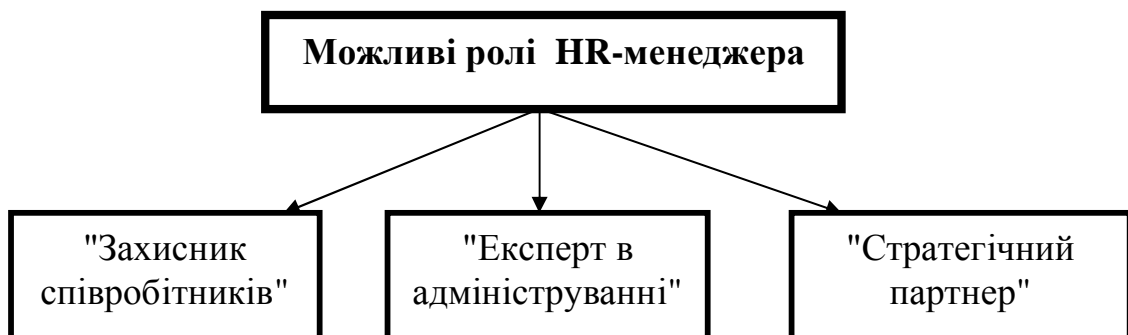


Рис. 3 Можливі ролі, менеджера з персоналу[1, с.17]

- "Експерт в адмініструванні" різних процедур і політик; зарплат і систем стимулювання; контрактів і ін. При цьому HR-менеджер орієнтується і проявляє максимальну лояльність до організації, особливо під час її стрімкого росту. Він вірить в стандартизацію розуміючи, що вона, з одного боку, створює культурні проблеми, але з іншої - вирішує проблеми у виконанні. Орієнтація на

ефективність припускає хороші знання систем і процедур і адміністративні навички.

- "Стратегічний партнер" – це HR-менеджер, який орієнтується і проявляє максимальну лояльність до команди топ-менеджменту. Він ідентифікує себе з цією командою, є одним з її лідерів. Він, як і фінансовий директор як директор по продажах свято вірить в економічні цінності. При цьому має системне мислення і стратегічне бачення бізнесу. Ця роль у виконанні українських HR іноді виходить успішно - зі знаком плюс для організації а іноді зі знаком мінус із-за маніпулювання HR-менеджера власниками бізнесу у своїх інтересах [1, с.17].

Підводячи підсумки важливо відмітити, що успіх і ім'я кожної компанії створюють люди: їх професіоналізм, компетентність, внутрішні мотиви і приховані можливості. Майстерно розкривати і використовувати кадровий потенціал на благо своєї компанії - головне завдання сучасного HR- менеджера.

Список використаних джерел:

1. Власова А. *Управління персоналом*/А. Власова // *Стратегія*, 2008. – № 1.- С. 17-20.
2. Огонесян І.А. *Управление персоналом организации*. – М.: 2001 - 450с.
3. Бредихіна Н. «Робота для менеджерів по персоналу» [Електронний ресурс] // *Режим доступу до статті*.: http://moeobrazovanie.ru/market_hr.html

УДК 332

*Ковтун М.В., аспірантка кафедри економічної теорії
КНУ ім. Тараса Шевченка*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОПОЗИЦІЇ НА ПЕРВИННОМУ РИНКУ ЖИТЛА УКРАЇНИ

Важливим напрямом дослідження специфіки кожного ринку є перехід від аналізу загальних характеристик до окремих його особливостей. Однією з особливих ознак ринку житла України є дисбаланс попиту та пропозиції, зумовлений структурними невідповідностями. Так низький рівень житлової забезпеченості українців та значні черги на одержання житла свідчать про наявність попиту. Обсяг останнього є значним, однак в більшій мірі неплатоспроможним. Водночас, обсяги пропозиції на первинному ринку житла не задовольняють потреби широких верств населення, оскільки структура пропозиції ринку не відповідає наявним запитам потенційних покупців як за ціновими, так і за якісними та кількісними характеристиками.

Згідно класифікації Української будівельної асоціації, на первинному ринку житла можна виокремити наступні сегменти: соціальний, економ-класу, класу преміум, бізнес та класу люкс (або елітне житло).

Досить часто при виборі проекту під забудову, інвестори оцінюють його виключно за прибутковістю, і вже маючи впевненість у достатньому рівні останньої, намагаються підвести під обраний сегмент соціальну базу, шукають аргументи щодо суспільної доцільності. Проте в сучасних умовах даний принцип діяльності вже не спрацьовує.

Дійсно, під час зростання економіки та буму на ринку нерухомості будівельні компанії орієнтувались на будівництво дорогого житла для

заможних покупців, а також на попит з боку осіб, які купували житло з метою подальшого перепродажу, сподіваючись на зростання цін. І навіть тоді, коли 60% новозбудованого житла належало до бізнес або еліт класу, а сегмент «економ» становив близько 40% пропозиції, зважаючи на рівень попиту з боку потенційних покупців, обсяг пропозиції житла економ класу був в значній мірі занижений, а більш дорогого житла – завищений [1].

На думку, Ю. М. Манцевича такі пропорції виглядали б досить незвично навіть для набагато більш заможної країни, ніж Україна. Однак, компанії-забудовники монополювали ринок, відмовляючись від масового будівництва житла економ-класу та віддаючи перевагу квартирам у цінній категорії «вище середнього». Саме вони, на думку вченого, створили ситуацію штучного дефіциту житла нижнього цінового сегмента, що також сприяло зростанню цін [2].

За розрахунками аналітиків інвестиційних компаній, у серпні 2008 року при середній ціні квадратного метра житла у 3 000 дол. США сім'я з доходом близько 1 500 дол. США на місяць могла придбати лише квартиру площею 18 кв. м. [3]. Але навіть таке дороге придбання не могло забезпечити сім'ю з трьох осіб мінімально необхідною житловою площею. Адже, за рівня цін та умов іпотечного кредитування 2008 року, забезпечити себе власним житлом могли виключно заможні родини з прибутком значно вище середнього.

В результаті, починаючи з 2009 року, компанії, що на стадії забудови були орієнтовані на продаж житла класу бізнес та еліт зіткнулися з наступною проблемою – погіршення фінансового стану у зв'язку з практичною відсутністю обсягів продажу вже збудовано житла. Ситуацію ускладнила економічна криза та призупинення кредитування банківськими установами. Саме тому значна частина будівництв була заморожена.

Сьогодні експерти зазначають про підвищення попиту з боку платоспроможних покупців на житло меншої площі та не обов'язково центральних чи прилягаючих до центру районах міста. А, отже, житло преміум, бізнес та еліт класу, стало менш привабливим, оскільки його характеристики та ціна не відповідають наявному попиту на ринку. І якщо, на наш погляд, головною складністю на початку 1990-х років, у період становлення ринку, міг бути пошук об'єктів нерухомості якісних за характеристиками та таких, що можуть задовольнити раптовий попит з боку забезпечених людей. То на сьогодні ситуація зворотна: попит на елітне житло значно зменшився. Це підтверджують дані опубліковані інформаційним агентством УНІАН, а саме: у загальній структурі попиту 85% обіймає економ-сегмент житла. При цьому попит на житло бізнес-класу знизився з 40-50% у 2010 році до 10% у 2011 році [4]. Потенційні покупці чекають нової пропозиції – нових проектів з принципово іншими параметрами якості та ціни. Аналіз стану сучасного ринку житла свідчить про наступне: закінчився час стихійного будівництва та стихійного продажу. Структура пропозиції має відповідати попиту на ринку житла.

При цьому варто зазначити про особливість формування пропозиції на первинному ринку житла України, що виходить з характерних ознак житла.

Даний вид нерухомості відмінний від решти товарів, оскільки є об'єктом довгострокових інвестицій. З огляду на це пропозиція із запізненням реагує на попит. В результаті вона не завжди відповідає запиту потенційних покупців. Це означає, що в сучасних умовах структура пропозиції потребує певного корегування, а компанії-забудовники мають більш комплексного підійти до прогнозування стратегії дій на ринку.

На нашу думку, така ситуація на ринку нерухомості не тільки не повинна перешкодити розвитку девелопменту, а й навпаки може допомогти компаніям, які орієнтуються на покупця, посилити свої позиції. Адже, існує можливість «переосмисли» обрані стратегії, виправити помилки.

Таким чином, учасники ринку, що створюють пропозицію мають враховувати, що нинішній ній ринок житла все більше стає ринком вимогливого покупця. На сьогодні на ринок виходить більша за кількістю група покупців, проте з меншими доходами, а тому її попит може бути реалізований лише за умови зміни цільової групи на яку орієнтовані компанії-забудовники. А зважаючи на надзвичайну чутливість житлового господарства до соціальних явищ, провідна роль у забезпеченні населення соціальним житлом має належати виключно державі.

Список використаних джерел:

1. Атанасов В. Політики житлового будівництва в пострадянській Україні. [Електронний ресурс] / Сайт журналу соціальної критики «Спільне». – Режим доступу: <http://commons.com.ua/archives/10731>
2. Манцевич Ю.М. Економічні передумови структуризації ринку житла. – журнал «Регіональна економіка». - 2007. - №3. - с. 88-98
3. Коментарій аналітика ІК Dragon Capital Алексея Зеркалова. – Газета «Коммерсантъ Україна». - 05.08.2008. - №134 (719)
4. Попит на житло у Києві перемістився з бізнес-класу до економ-сегменту [Електронний ресурс] / Сайт інформаційного агентства УНІАН. – Режим доступу: <http://economics.unian.net/ukr/detail/117548>

УДК 331.101

Колісник В.В., студентка групи 6-МО (3)

Куценко М.О., ст.викладач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах, що склалися в Україні на нинішньому етапі її розвитку, проблема мотивації особистості набула важливого значення, оскільки вирішення задач, які стоять перед суспільством, можливе лише за умови створення належної мотиваційної основи, здатної спонукати персонал підприємств до ефективної діяльності. Мова йде про застосування таких форм і методів стимулювання особистості, які б сприяли високій результативності її роботи. Основними завданнями управління персоналом сьогодні є саме мотивування та підтримка творчості як на індивідуальному рівні, так і на рівні організацій.

Для рішення зазначених задач застосовуються різні методи мотивації (табл. 1). Однак на практиці усі вони тісно взаємозалежні, взаємообумовлені і найчастіше плавно переходять один в інший. Часом методи мотивації навіть

важко розділити, оскільки, наприклад, грошова винагорода не тільки дозволяє придбати визначені блага, але і приносить популярність, повагу, пошану.

Таблиця 1

Класифікація методів мотивації

Ознака	Метод мотивації
Об'єкт мотивації	Колектив Окремі співробітники Організаційна поведінка жінок Початкуючі співробітники Досвідчені співробітники
Стимули	- <i>Економічні (матеріального стимулювання):</i> (заробітна плата; премії; грошова винагорода; матеріальна допомога, позики; участь у прибутку) - <i>Неекономічні:</i> а) організаційні: (участь в справах організації; мотивація перспективою; делегування завдань і повноважень; мотивація збагаченням змісту праці) б) морально-психологічні: (похвала; схвалення; підтримка; осуд; визнання заслуг; пошана і довіра)
Вид потреби	Задоволення фізіологічних потреб підлеглих Потреба в захищеності і безпеці Причетність і приналежність Повага і визнання Самовираження

Також вимагає нової ідеології формування і системи оплати праці, що має стати одним із головних стимулів підвищення продуктивності праці й ефективності управління. Наявність справедливої структури оплати праці, об'єктивність закладених у ній розходжень по заробітній платі впливають на відношення співробітників до роботи, їхню поведінку, ефективність трудової діяльності, а звідси, і на успіх підприємства. При цьому, зростання кінцевих результативних показників роботи підприємства може бути забезпечено на основі посилення механізму стимулювання праці за допомогою збільшення заробітної плати, при зниженні витрат на виробництво.

З урахуванням зазначеного вважаємо доцільним пропонувати такі основні етапи створення комплексної системи мотивації і оплати праці на підприємстві.

Етап 1. Розробка цілей системи мотивації і оплати праці відповідно до мети підприємства. Насамперед потрібно сформулювати стратегічні цілі підприємства, а також мету системи винагороди й відповідно до них визначити специфічне для підприємства співвідношення складових сукупних доходів.

Етап 2. Визначення ефективних мотивуючих факторів. При розробці системи винагороди важливо врахувати мотиваційні фактори співробітників. У великих підприємствах можна провести такий аналіз для цінних працівників і керівників, а його результати врахувати при визначенні співвідношення складового сукупного пакета: постійної й змінної частини зарплати, надбавок, доплат і пільг.

Етап 3. Визначення демотивуючих факторів. Демотивуючі фактори, такі як високий рівень конфліктності в колективі, відсутність взаємоповаги, недовіра

співробітників і нерозуміння ними необхідності нововведень приводять до провалу впроваджуваних змін. Варто провести зміни у внутрішньому середовищі підприємства.

Етап 4. Вибір інструментів (методів) для формування системи оплати праці. Серед можливих інструментів: бально-факторний метод для оцінки посад; система керування за цілями; система збалансованих показників; система депреміювання. Завдання фахівців – вибрати найбільш ефективну для підприємства методику.

Етап 5. Розробка цілей, проведення їх декомпозиції. Провести сесію стратегічного планування, визначити мету підприємства й здійснити їх тимчасову й ієрархічну декомпозицію.

Етап 6. Розробка проекту системи оплати праці й мотивації персоналу: провести оцінку посад/робочих місць, використовуючи бально-факторний метод, і відповідно до отриманих результатів розробити постійну частину зарплати.

Етап 7. Розробка системи пільг. Провести аналіз потреб співробітників/керівників і вибрати ту або іншу систему формування пільг, наприклад, по «принципу кафетерію». При переході на монетаризацію пільг ретельно зважити й прорахувати всі наслідки її впровадження.

Етап 8. Розробка системи матеріальної немонетарної мотивації. Проаналізувати, які методи нематеріальної мотивації використовують керівники, яким чином вони здійснюють зворотний зв'язок між співробітниками, як делегують повноваження й т.д. Досліджувати задоволеність співробітників, у тому числі існуючим психологічним кліматом і стилем керівництва на підприємстві.

Етап 9. Проведення тестового прогону. Провести тестовий прогін знову створеної або вдосконаленої системи оплати праці і мотивації. Проаналізувати зміни в зарплатах співробітників.

Бажано, щоб у співробітників, що виконали цілі на 100 %, відбулося збільшення доходу як мінімум на 15 %. Для них це буде стимулом для переходу на систему оплати праці за результатами. Ріст заробітної плати результативних співробітників компенсується її зниженням у неефективних, тобто відбудеться не збільшення преміального фонду, а його перерозподіл.

Етап 10. Обговорення нової системи винагороди. Зробити презентацію проекту для топ-менеджерів. Провести обговорення проекту й внести у нього необхідні зміни.

Етап 11. Впровадження. Ознайомити всіх співробітників з новим положенням про систему оплати праці. Оплата праці – це «невизначені сторонами умови трудового договору», і про їхні майбутні зміни, а також про причини, що викликали необхідність таких змін, роботодавець зобов'язаний повідомити працівника в писемній формі не пізніше чим за два місяці. Протягом цього строку необхідно виплачувати заробітну плату за старою системою оплати праці й надавати дані за новою. Це надасть можливість співробітникам звернути увагу на зміни в їхній заробітній платі, зробити висновки і, в разі потреби, змінити свою поведінку або відношення до роботи.

Керівнику проекту з оплати праці потрібно бути готовим до того, що потрібно буде надавати консультаційну підтримку керівникам.

Таким чином, із зазначеного випливає висновок, що для того, щоб система винагороди була ефективною, потрібно врахувати мотиваційні фактори співробітників і переваги працівників у визначенні складових частин їхнього компенсаційного пакету з урахуванням трудових витрат. Для того щоб зміни одержали підтримку всіх співробітників підприємства, необхідно пояснити керівникам і співробітникам необхідність їхнього проведення й неможливість працювати за старою схемою.

Тільки в цьому випадку можливе успішне застосування розроблених систем мотивації та оплати праці та подальше їх ефективне використання.

Список використаних джерел:

1. Ковальова В.М. Економіка праці і соціально-трудові відносини / В.М. Ковальова – К.: ЦНЛ, 2006- 256 с.
2. Колот А.М. Мотивація персоналу: підруч. / А.М. Колот - К.: КНЕУ, 2002. – 337 с. – С. 6-68
3. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: Навчальний посібник. – К., «Кондор». – 2003. – 296 с. – С. 281-291
4. Семикіна М.В. Мотивація конкурентоспроможної праці: теорія і практика регулювання / Ін-т економіки НАН України. – К: ПІК, 2003. – 299 с.

УДК 338.1

Корчан Л.О., студентка групи б-МО (3)

Дроботова М.В., к.е.н., доц.

завідувач кафедри туризму і готельно-ресторанної справи

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

МЕТОДИ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ

При розгляді питань формування стратегій маркетингу, в першу чергу, слід зупинитися на методах формування маркетингової стратегії підприємства. Зауважимо, що методи, які застосовуються у процесі розробки стратегії маркетингової діяльності фірми, поділяють на так звані методи однопродуктового і портфельного аналізу. Якщо перші використовуються за умови монопрофільної діяльності або вузької номенклатури продуктованих виробів, то другі застосовуються у разі здійснення масштабної диверсифікації виробництва.

Серед поширених методів однопродуктового аналізу найбільш науково обґрунтованим можна вважати метод PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy), який був уперше реалізований американською компанією "Дженерал електрик" за участі Гарвардської школи бізнесу на початку 70-х років ХХ ст. В основу методу PIMS покладено моделювання впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на показники ефективності бізнес-діяльності (зокрема рентабельність інвестицій і валовий прибуток).

Аналізуючи й узагальнюючи розрахункові показники ефективності господарювання, підприємство або інша бізнес-структура може визначити "потужність" впливу різних маркетингових субстратегій на результативність їх функціонування. Застосування методу дає змогу одержати практично важливі відповіді на такі питання щодо стратегії маркетингової діяльності:

- які чинники належать до стратегічних і зумовлюють певну динаміку показників господарювання за умови застосування різних видів бізнесу;
- який рівень ефективності можна вважати нормальним (достатнім) за наявних ринкових умов для конкретного різновиду стратегії фірми;
- як зміняться показники ефективності певного виду діяльності за того чи іншого рівня конкуренції, а також у разі модифікації (істотної корекції) фірмової стратегії;
- як потрібно змінити стратегію, щоб за наявних ринкових умов поліпшити показники результативності конкретного виду бізнесу.

Оскільки в умовах гострої конкуренції на ринку однопродуктовий аналіз має обмежену сферу застосування, дедалі більшого практичного значення набувають методи портфельного аналізу та вибору стратегії маркетингу фірми (частково такі методи ми вже розглядали).

Як правило, методи портфельного аналізу і вибору стратегії є матричними і застосовуються у разі диверсифікації виробництва. Використання цих методів здійснюють за однотипною схемою: зазвичай формують матрицю, на одній осі якої розміщують оцінки перспектив розвитку ринку, на іншій — рівень конкурентоспроможності відповідного так званого стратегічного господарського підрозділу (СГП). Основну відмінність різних матричних методів можна звести до конкретних показників, використовуваних для оцінки привабливості ринку і конкурентної позиції СГП.

Серед групи матричних методів найпростіший і найпоширеніший **метод БКГ**, запропонований Бостонською консалтинговою групою (фірмою) із США. Для оцінювання в матриці використовують такі показники, як темп зростання і контрольована фірмою відносна частка ринку. Фірма, яка діє на ринку й користується цією матрицею, за зазначеними двома показниками виокремлює кілька категорій СГП (внутрішніх виробничих підрозділів). Для кожної категорії, що відрізняється від інших темпами зростання і частками ринку, формується щонайефективніша стратегія маркетингу на певну перспективу.

Нині відомі певні модифікації методу БКГ (матриці БКГ). В основу матриці БКГ покладено припущення, що чим більша на ринку частка СГП, тим нижчі відносні витрати і вищий прибуток у результаті економії на масштабах виробництва (великі фірми можуть механізувати й автоматизувати виробництво і розподіл товарів) і нагромадження досвіду.

Згідно з матрицею виокремлюють чотири типи СГП — "зірки", "дійні корови", "важкі діти" ("знаки питання"), "собаки" і передбачають можливі стратегії для кожного з них.

"Зірка" займає лідируюче становище (висока частка на ринку) в галузі, що розвивається (швидке зростання). Основна мета стратегії — підтримати відмітні переваги фірми в умовах зростання конкуренції. "Зірка" приносить значні доходи, але потребує великих обсягів ресурсів для подальшого підтримання зростання. Частку на ринку можна підтримувати або збільшувати завдяки зниженню ціни, великому обсягу реклами, зміні продукції і/або більшому збуту. В міру того як розвиток галузі сповільнюється, "зірка" перетворюється на "дійну корову".

Матриця **"товар — ринок"** передбачає використання фірмою кількох альтернативних підходів до вибору стратегії маркетингу, а саме: глибше проникнення на ринок; розвиток ринку; перехід на випуск нового товару; диверсифікація виробництва. Вибір конкретної стратегії маркетингу залежить не лише від насиченості ринку відповідними товарами, а й від можливості фірми у певний проміжок часу швидко оновити асортимент продукції. Фірма може вибрати не один, а два-три підходи щодо формування стратегії.

Розглянемо можливі дії фірми відповідно до кожного варіанта методу:

- **"старий товар — старий ринок"** (стратегія глибокого проникнення на ринок). Ефективність стратегії залежить від ступеня насиченості ринку, виробничих можливостей і рівня маркетингу компанії;

- **"старий товар — новий ринок"** (стратегія розвитку ринку). Ефективність стратегії залежить від здатності фірми охопити нові ринкові сегменти, запропонувати нові варіанти товару або нові сфери (способи) його застосування, освоїти нові методи збуту, розробити нове позиціювання, а також вийти на зарубіжні ринки;

- **"новий товар — старий ринок"** (стратегія розробки товару). Стратегія ефективна для компанії, що процвітає на цьому ринку, а тим більше — яка має світову марку. Фірма розробляє нові моделі товару, поліпшує якість тощо;

- **"новий товар — новий ринок"** (стратегія диверсифікації, активної експансії). Компанія виробляє нові товари, орієнтовані на нові ринки збуту (в тому числі й зарубіжні). Як правило, потрібна розробка також нових методів просування, збуту товарів.

Відомим матричним методом розробки стратегії маркетингу є також метод "Мак-Кінзі" (консалтингова фірма з США), в якому за основні оцінні показники беруть конкурентну позицію СГП і привабливість ринку (слабку, середню, сильну). Завдяки застосуванню методу можна проаналізувати дію на ринку певної сукупності чинників (місткість і темпи зростання ринку; частку контрольованого фірмою ринку; динаміку рівня цін; циклічність попиту; тенденції в поведінці конкурентів; переваги і темпи збільшення прибутків фірм-лідерів в оцінюваній сфері тощо). На основі побудованої за цим методом матриці можна чіткіше окреслити основні напрямки маркетингової діяльності фірми як важливої складової її базової стратегії.

Стратегічна модель Портера (відомий американський фахівець у сфері стратегічного планування) поєднує дві загальновідомі концепції організації маркетингової діяльності: вибір і обґрунтування цільового ринку, привабливого для фірми; використання стратегічної переваги фірми завдяки унікальності нового товару або його ціни продажу. Модель Портера ідентифікує такі базові стратегії: переваги за витратами, диференціації і концентрації.

Використовуючи **стратегію переваг за витратами**, фірма орієнтується на широкий ринок і виробляє товари у великій кількості. Завдяки масовому виробництву вона може мінімізувати питомі витрати і пропонувати низькі ціни. Це дає змогу отримати вищий прибуток порівняно з конкурентами, краще

реагувати на збільшення собівартості і залучати споживачів, які орієнтуються на рівень цін.

За **стратегією диференціації** фірма націлюється на великий ринок, при цьому товар пропонується як такий, що має певні переваги. Компанія випускає привабливий для багатьох товар, однак споживачі сприймають його як унікальний завдяки дизайну, характеристикам, доступності, надійності тощо. В результаті споживачі не надто зважають на ціну товару і демонструють достатню лояльність до товарної марки.

У межах **стратегії концентрації** компанія виокремлює специфічний сегмент ринку на основі низьких цін або унікальності пропозиції. Вона може контролювати витрати завдяки концентрації зусиль на кількох ключових товарах, що пропонуються специфічним споживачам; на створенні особливої репутації при обслуговуванні ринку, який не задовольняють конкуренти.

Активне або обачливе використання охарактеризованих методів, матриць, моделей сприяє обґрунтованому вибору конкретної стратегії маркетингової діяльності організації.

Список використаних джерел:

1. Куценко В.М. *Маркетинговий менеджмент: Навч. посіб.* / В.М. Куценко - К.: МАУП, 2003. — 184 с.
2. Мак-Дональд М. *Стратегическое планирование маркетинга* / М. Мак-Дональд - СПб.: Питер, 2000. - 320 с.

УДК 336

Кочанова Д.Д., студентка групи 4-МО

*Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Маркетингова товарна політика являє собою наперед обдуманий курс дій на ринку по відношенню до своїх конкурентів і споживачів. Вона впливає на особливості інших складових комплексу маркетингу підприємства і потребує вирішення особливих проблем. В Україні формування маркетингової товарної політики і його проблеми вивчаються такими вченими як А.В.Войчак, С.С.Гаркавенко, В.Г.Герасимчук, В.Я.Кардаш, А.І.Кредісов, Н.А.Криковцева, Д.А.Кучеренко, та ін.

В останнє десятиліття дуже зросло значення товарної політики як фактора конкурентної стійкості бізнесу і економічного росту. В розвинутих країнах ринки по більшості продуктів відрізняються високим ступенем насичення (відсутністю нового попиту) і багато товарів купуються вже для заміни старих. Тому товарна політика грає важливу роль у здійсненні комерційної і маркетингової політики підприємства на ринку. Вона визначає дії, спрямовані на забезпечення потреб споживачів у товарах і послугах (маркетинговий аспект), а також на досягнення економічної ефективності підприємства при здійсненні закупівель та збуті продукції (комерційний ефект).

Ефективна товарна політика підприємства має бути результативною, за рахунок впровадження низки заходів щодо вдосконалення якісних показників

товарів чи послуг, а тим самим закріплюючи конкурентоспроможність підприємства на ринку. На нашу думку однією з основних сучасних проблем ефективності товарної політики на українських підприємствах є недостатня увага до якісних показників товарів, що випускаються, чи послуг, що надаються вітчизняними підприємствами [1, с.6].

Сучасні складні економічні та політичні процеси в Україні не дозволяють вітчизняним підприємствам у повній мірі боротися за розширення внутрішнього та зовнішнього ринку збуту і одною з причин такого становища є недостатньо висока якість продукції.

Актуальність підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності сягає свого апогею через приєднання України до Світової організації торгівлі й мінімізацію тарифного захисту внутрішнього національного ринку, що спричинить збільшення конкурентного тиску на ринку.

Основою конкурентоспроможності підприємств в Україні в умовах переходу до ринкових відносин все більше виступає якість продукції, тому правильно обрана стратегія управління якістю продукції дозволить забезпечити ефективний розвиток підприємства і підвищення його конкурентоспроможності.

Поліпшення якості продукції є специфічною формою прояву закону економії робочого часу. Практика господарювання свідчить, що загальна сума витрат на виготовлення і використання продукції більш високого гатунку, навіть якщо досягнення останнього зв'язане з додатковими витратами у виробництві, істотно скорочується. Всіляке ж зменшення витрат праці означає зростання його продуктивності [3, с.2].

Якість продукції формується, як відомо, під впливом сучасних досягнень розвитку науки і техніки. Проте тут існує і зворотний зв'язок. Підвищення якості (технічного рівня) насамперед знярядь праці справляє неабиякий вплив на прискорення темпів певних напрямків науково-технічного прогресу. Зокрема підвищення надійності машин, устаткування, приладів та інших технічних пристроїв забезпечує розширення масштабів розвитку комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів, гнучких автоматизованих виробництв, робототехнічних комплексів тощо. Певна кількість продукції кращої якості (вищого технічного рівня) здатна повніше задовольнити суспільні потреби, ніж та ж або навіть більша кількість виробів гіршого гатунку. Це означає, що підвищення якості (технічного рівня) продукції у кінцевому підсумку еквівалентне збільшенню її виробництва з меншими загальними витратами суспільної праці. Йдеться про багатоспрямований вплив підвищення якості продукції не лише на виробництво, його ефективність, але й на імідж підприємства в цілому [2, с.4].

Отже, вирішення проблеми підвищення якості продукції на українському підприємстві – це, насамперед, високий його імідж серед покупців, це вихід не тільки на внутрішній, а й на зовнішній ринок, це основа для одержання максимального прибутку та забезпечення стійкого фінансового становища.

За для того, щоб оптимізувати товарну політику вітчизняних підприємств, їх власникам, на нашу думку, необхідно постійно проводити аналіз сучасного

стану потенціалу товару чи послуг, що надає підприємство. На даний момент дуже мало виробників приділяють увагу потенціалу свого товару, більшість підприємств має вузький асортимент продукції, яку воно виробляє і більше ні про що не турбуються. На нашу думку вітчизняним підприємствам слід розширювати асортимент, посилювати увагу до потенціалу продукції чи послуг, постійно аналізувати стан свого продукту на ринку та проводити загальний моніторинг як внутрішнього, так і зовнішнього ринків.

Ще одним важливим напрямом вдосконалення товарної політики вітчизняних підприємств є вдосконалення якісних показників продукції і послуг. На даний момент часто спостерігається халатне відношення виробників до якості продукту, що вони випускають. Результатом такої ситуації являється велика недовіра споживачів до вітчизняних виробників, відповідно споживач придбає продукцію іноземних підприємств, так як існує вже закоренілий стереотип, що українські продукти не можуть бути достатньо якісними. На нашу думку вітчизняним виробникам слід зруйнувати цей стереотип та приділити належну увагу якості продукції, що випускається. Адже якісний товар завжди знайде свого покупця і буде мати попит як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Відповідно до визначення Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), яке підтримують провідні фахівці багатьох країн, включаючи Україну, якість — це сукупність властивостей і характеристик продукту, що надають йому спроможність задовольняти зумовлені або прогнозовані потреби споживачів.

В умовах загострення конкурентної боротьби якість товару стає однією з найважливіших його збутових характеристик.

Сучасна концепція якості має особливість: наявність і рівень після продажного обслуговування та сервісу, що в свою чергу є фактором забезпечення конкурентоспроможності. Тому на нашу думку сучасним вітчизняним підприємствам необхідно приділяти більше уваги після продажному обслуговуванню та сервісу, адже на сьогоднішній день бажання покупця є вирішальним і тому необхідно якнайкраще задовольняти його потреби не лише у вигляді товарів чи послуг, але й у після продажному обслуговуванні і сервісі, щоб споживач захотів знову повернутися за товаром чи послугою.

Управління якістю продукції підприємства – це цілеспрямований напрям підвищення конкурентоспроможності його продукції, який на нашу думку може бути досягнутий за рахунок таких заходів:

- заходів щодо співробітництва України з міжнародними організаціями, у тому числі з Європейською організацією;
- забезпечення організації діяльності підприємства, підвищення якості продукції та конкурентоспроможності на основі розробки відповідної його стратегії;
- впровадження системи заходів, що направлені на впровадження досягнень НТП, нових технологій, новацій для забезпечення виробництва високоякісної продукції;

- створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту, що забезпечать підвищення якості продукції;
- створення центрів відповідальності за якістю продукції за місцем її виробництва;
- забезпечення заходів щодо підвищення якості стратегічного маркетингу;
- створення системи навчання робітників підприємства усіх категорій, від зусилля яких залежить забезпечення якості продукції.

Список використаних джерел:

1. Золотухин Н.Б., *Из вопросов управления качеством [Электронный ресурс] // Вопросы экономики. – 2010. – №8.-31с.*
2. Каїра З.С., *Інноваційна товарна політика підприємств у сучасних умовах: перспективи розвитку [Електронний ресурс]// Економічний простір.-2011.-№52\1.-8с*
3. Орлов В.В., *Система інновацій у маркетинговій товарній політиці [Електронний ресурс]// Економічний простір.-2011.-№47.-6с.*

УДК 659.126-053.6

Кривоніс А.О., аспірант

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ЗРОСТАЮЧИЙ ВПЛИВ ДИТЯЧОЇ АУДИТОРІЇ НА ВИБІР БРЕНДУ

Близько 80% всіх покупок брендированих товарів сьогодні зроблені під прямим впливом підлітків, а вибір 67% марок куплених автомобілів визначило думку дітей, а не їх батьків - пише в своїй книзі "Дитячий брендінг", колишній член правління Макдональдс і Діснея - Мартін Ліндстром. Нове покоління юних покупців стає потужною і впливовою групою споживачів, і вміння підібрати ключ до неї принесе успіх на ринку будь-якої компанії. В Україну компанії, що пропонують товари і послуги для дорослої аудиторії, не приділяють належної уваги дитячому маркетингу.

Діти стали для виробників повноцінною споживчою аудиторією зовсім недавно. На відміну від дорослих брендів, створення і виведення на ринок дитячих марок має свої особливості і складності. Якщо компанія зуміє їх врахувати, вона отримає самих вдячних і відданих споживачів. Діти для компанії-виробника - не менш важлива аудиторія, ніж дорослі. Вони теж їдять, п'ють і одягаються. У поведінці дітей багато ірраціонального, і це великий плюс для виробника. Якщо доросла людина може відмовити собі в покупці, дитина просто каже що саме вона хоче, і батькам дуже складно протистояти його вибору, навіть якщо цей продукт дорожчий аналогічного, зазвичай споживаного дорослими. Тому компанії, що випускають дорослі продукти, нерідко адаптують їх і перетворюють на дитячі бренди.

Потенціал дитячої аудиторії для товарів масового попиту переоцінити важко. Сучасна молодь є першим поколінням, народженим після розпаду СРСР і виходу країни з ізоляції. Світ, в якій вони дорослішають, пропонує їм набагато більше можливостей, ніж було у їхніх батьків, починаючи з розмаїтості міжнародних брендів і закінчуючи розвиненими інтернет-технологіями.

Фахівці стверджують, що саме сучасні діти і підлітки змусили дорослих не тільки читати, а й писати, перекладати і видавати такі книги як "Гаррі Поттер", не тільки дивитися, а й знімати "Володаря кілець" і "Піратів Карибського моря", випускати гаджети iPod, iPhone, PSP і X-Box. Все це можна назвати продуктами десятиліття. Тільки в США діти змушують батьків витратити на них \$ 188 млрд на рік.

Діти - аудиторія, яка з легкістю сприймає оновлення інформації та технологій і швидко реагує на всі зміни, відзначають експерти. У дорослих немає іншого шансу, крім як слідувати за ними: \$ 300 млрд у рік з сімейного бюджету американців витрачаються під впливом дітей до 15 років.

Діти 11-12 років часто говорять на фокус-групах, що батьки нічого не розуміють у телефонах і набувають погані моделі, що вони їх за це лають і пропагують інші марки телефонів, наприклад, Nokia, iPhone і т.д.

Україні до \$ 300 млрд у рік, звичайно ж далеко, з об'єктивних причин, але у нас і перші зачатки ринку стали з'являтися лише близько 20 років тому. На Заході багато маркетологів розуміють, що прищеплювати лояльність до продукту потрібно з малих років. На думку фахівців, виграють ті компанії, що роблять з бренду не просто назву і картинку, а гарну легенду, міф, який вони несуть споживачам.

Але необхідно враховувати і той факт, що підлітки - це та аудиторія, яка не демонструє якоїсь конкретної відданості. Вони просто йдуть іншими індикаторами, заснованим швидше на виборі групи, ніж на власній прихильності [1].

Найбільша цінність бренду - це лояльні покупці, що приносять бізнесу гроші. Саме тому дитячі бренди потребують постійної рекламної підтримки, і виробникам доводиться з цим рахуватися. Аудиторія повністю змінюється кожні три роки, бо діти дорослішають. Крім того, інтерес до продукту втрачається, якщо дитина бачить один і той же комікс на упаковці, один і той же рекламний ролик. Відповідно, дитячому бренду необхідно постійну присутність в інформаційному полі. І це, до речі, ще одна причина того, що дитячі бренди коштують дорожче.

Бренди продають не просто предмет, а фантазію, цікаву і дітям, і дорослим. Сам по собі продукт посередній, але при цьому, купуючи мотоцикл, людина набуває відчуття справжнього чоловіка, ковбоя, нескінченної дороги і свободи. Діти, граючись з цими мотоциклами, додаючи їх в альбоми, вже не сумніваються щодо свого майбутнього вибору, тому що купують не продукт, а відповідний специфічний світ.

Подібних прикладів поки нема в Україні, тому що компанії зацікавлені в швидкому прибутку, ніхто не бачить 15-річного горизонту, а це той час, який потрібен, щоб виростити свого споживача.

Якщо ми бачимо якусь активність компаній з недитячими товарами і послугами, адресовану дітям, то це перші спроби або почати думати про майбутнє, або використовувати додаткові інструменти залучення уваги батьків.

Аудиторія молодих споживачів стає учасником одразу трьох ринків: дитина витрачає сама, змушує витратити батьків на себе і купувати для сім'ї

речі, що їй сподобалися. Крім того, дорослішаючи, діти здатні зберігати частину своїх споживчих звичок: купувати улюблене печиво, заходити в знайомий фастфуд. Найчастіше дитина стає провідником, завдяки якому дорослі можуть познайомитися з новим для себе продуктом.

Ще одна особливість дитячого впливу на компанії полягає в тому, що дітей прийнято балувати і купувати їм подарунки. Часто це пов'язано з тим, що люди дуже зайняті роботою і кар'єрою, через що у них проявляється комплекс провини перед своїми дітьми.

Сучасні діти дорослішають набагато раніше, ніж їх попередники, навчаються, спілкуються, обмінюються великим обсягом інформації. Діти краще дорослих знаються на техніці. У більшості сімей, наприклад, перед покупкою комп'ютера діти роблять на дорослих неабиякий вплив і є порадниками для покупки відповідної моделі. Виробники тільки починають сприймати дітей як споживачів своїх товарів, які здатні вплинути на рішення батьків щодо покупки. Проте у дітей особистих грошей стає з кожним роком все більше.

Список використаних джерел:

1. Ліндстром М. Детский брендинг / М. Ліндстром // Санкт-Петербург. Издательский дом «Нева». - 2004. - с.212-213
2. Кумбер С. Брендинг: Пер. с англ. – М.-СПб.-К.: Вильямс, 2004. – 174 с.

УДК 339.137.2:629.33”312”

*Латишев К.О., старший викладач кафедри маркетингу
Кременчуцький національний університет ім. М.Остроградського,*
СТРУКТУРА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПРОВІДНИХ КОМПАНІЙ

Сьогодні, порівняно з аналогічним періодом 2009р., обсяги автомобільного виробництва в Україні зменшились більш ніж у шість разів, обсяги експорту – в чотири рази, частка вітчизняної продукції на внутрішньому ринку скоротилась більш ніж на 20 відсотків та майже у два рази скоротилась чисельність працюючих. Це викликано різким зменшенням платоспроможності населення та, як наслідок, падінням попиту на продукцію наших підприємств майже на 80%. В свою чергу, це призвело до збільшення від'ємного сальдо торговельного балансу, тільки за рахунок торгівлі автомобілями, на 783 млн. дол. США. Автовиробники вдалися до усіх заходів для того, щоб вийти з економічної кризи. Менше тимчасових контрактів, нижчий обсяг випуску автомобілів та коротші робочі години – це декілька яскравих прикладів того, що дозволяє утриматись автомобільній промисловості у даний момент.

Реалії стагнації зрілих ринків змушують світових автовиробників фокусуватися на реструктуризації, скороченні обсягів виробництва та/або зниженні цін. Маркетингові дослідження показують, що дешеві транспортні засоби і надалі будуть мати велике значення для світових автовиробників, оскільки для глобальної конкурентоспроможності їм потрібно зміцнити свою присутність на ринках, що розвиваються.

В умовах підвищення конкуренції та нестійкого попиту на продукцію, особливого значення для підприємств машинобудівної галузі набувають результати дослідження співвідношення цін на власну продукцію і продукцію конкурентів; щодо наявності у конкурентів особливої стратегії у галузі реклами та форми її прояву; у які сфери діяльності конкуренти планують впровадитися у майбутньому; які види додаткових послуг запропонують споживачам тощо.

Розглядаючи питання конкурентоспроможності та якості продукції варто наголосити на таких суттєвих характеристиках сучасного ринку:

- глобалізація ринку;
- динамічність змін вимог ринку та короткотерміновість життєвого циклу продукції;
- формування нових ринків та регіональних ринків із більш високими вимогами;
- розвиток ринку високотехнологічної продукції та послуг;
- застосування комунікаційних технологій, швидкоплинність оновлення інформації щодо продукції та послуг;
- зменшення долі суспільного сектора та стрімке зростання приватного;
- переважання пропозиції над попитом;
- забезпечення вимог екологізації виробництва та безпеки;
- формування потреб сталого розвитку суспільства.

Досягти конкурентоспроможності продукції означає задовольнити вимоги та очікування споживачів краще, ніж конкуренти, скорочувати терміни виконання замовлень з тим, щоб бути більш мобільнішими за конкурентів, знижувати витрати, щоб запропонувати кращу ціну, ніж конкуренти. Переваги логістики створюються на основі якості, часу і витрат. Існує також шлях, контролюючий мінливість процесів логістики – перевага в надійності.

Ключовий виклик, у короткостроковій перспективі, полягає також в необхідності зниження вартості адаптації майбутніх моделей до нових економічних та екологічних стандартів. У довгостроковій перспективі володіння новими прогресивними технологіями буде фундаментальним для автобудівників. У сьогоднішньому світі люди більше цікавляться тим, чим і як користуватися замість того, щоб чимось просто володіти.

Нині для автомобільної галузі набуває актуальності систематизація проблем та пошук шляхів виходу з економічної кризи. Ключова мета – це адаптація галузі до обмежень, що накладаються суспільством, і пов'язана з цим необхідність дотримання усіх технічних та технологічних стандартів. Однак тиск екологічних вимог – не просто данина справедливості, саме в цій галузі бізнес-консультанти радять шукати широкі горизонти для розвитку.

За таких умов позиціонування автомобільної продукції на ринку і визначення її конкурентоспроможності розгортається у тріаді трьох кваліфікуючих чинників: економічність, екологічність та експлуатація.

Сьогодні усі виробники вантажівок працюють над гібридними технологіями, котрі можуть скоротити споживання палива на 15-20%. Багато виробників мають моделі, що здатні працювати на альтернативному паливі:

біоетанол та стислий природний газ. Подальша ефективність таких впроваджень веде до скорочення викидів та підвищення ефективності бізнесу загалом.

Крім того, програми тренування водіїв щодо виконання ними “золотих” правил “екологічного керування” автомобілем, здатні покращити їхню майстерність та підвищити паливну економічність, і можуть бути впроваджені у дію там, де це є необхідним. Доведено, що “екологічне керування” водія дозволяє на 7% заощадити паливо під час щоденного керування.

Проте європейські виробники комерційних автомобілів не зупиняються і йдуть далі. Так, автомобільний сектор об'єднався навколо проекту “20-20”, проголошеному під час автомобільного шоу у м. Ганновер у 2008р. Безпосереднє споживання палива виробниками комерційних автомобілів по проекту “20-20” планується зменшити у середньому на 20% у тон-км до 2020р. у порівнянні із 2005р. На додаток, автомобільна промисловість буде активно шукати баланс між мобільністю та захистом навколишнього середовища через партнерство із політичними лідерами, підприємствами паливної індустрії, перевізниками, автомобільними компаніями та безпосередньо водіями. Амбіційна стратегія виробників відповідає цілям Європейського Союзу щодо зменшення викидів парникових газів на 20% до 2020р.

Екологічність уже давно стала у голові кута автомобілебудівної промисловості. Автомобільна промисловість Європи повністю сприймає ту роль, яку вона має відігравати у пошуку технологічних рішень, спрямованих на зниження викидів CO₂ та протидії зміні клімату. Дана активна робота стосується не тільки легкових та вантажних автомобілів, що знаходяться у користуванні, але й виробничих потужностей підприємств-виробників, логістики та транспортних операцій.

Найсучасніші вантажні автомобілі сьогодні викидають на 86% менше NO_x та 95% менше часткових речовин (PM), ніж це було на початку 1990-х рр. Протягом останніх десяти років викиди відпрацьованих газів вантажних автомобілів зменшилися на 35% не дивлячись на збільшення обсягів вантажоперевезень на 30%. Сьогодні 100 легкових автомобілів викидають так багато забруднюючих елементів, як один легковий автомобіль у 1970-х рр.

Автомобільна промисловість продовжує впроваджувати інновації та приймає активну участь в обговореннях щодо останніх правил Євро-5 та Євро-6 для легкових автомобілів та правил Євро-V та Євро-VI для комерційних автомобілів. Однак промисловість залишається стурбованою тим, що Європейська Комісія не провела достатньої оцінки витрат, необхідних для того, щоб відповідати новим стандартам – ціна на автомобілі підвищиться через нові технології та буде накладатися на бюджет споживачів. Автовиробники впевнені у тому, що відсутність чіткої оцінки впливу нових екологічних стандартів може призвести до значних неврахованих витрат під час приведення вантажівок у відповідність до цілей стандарту Євро-VI.

Формула успіху для різних товарних ринків є різною. Проте в будь-якому разі від автомобільних компаній буде потрібно – правильні управлінські рішення, відповідне до попиту виробництво, оптимальний «портфель моделей», який задовольняє запити ринку за найбільш прийнятною ціною. У період

виходу з економічної кризи, саме час для того, щоб сфокусуватись на питаннях регулювання викидів CO₂, прийняти логіку інтеграції досягнень, здатних бути корисними для суспільства, та укріпити конкурентоспроможність вітчизняної промисловості. Гарантоване поєднання технічних, економічних та екологічних ефектів має стати ядром будь-якої пропозиції дальшого розвитку.

З метою адаптації автомобілів до нових світових регуляторних вимог, автомобільній промисловості необхідний достатній запас часу для виконання цих нових правил. Тривалий дослідницький та виробничий цикл має враховуватись під час інвестування цієї галузі. У процесі введення нових стандартів, має бути інноваційний підхід та координація урядових дій із ЄС.

Список використаних джерел:

1. <http://ukrautoprom.com.ua> – Асоціація автовиробників України.
2. Christopher M. *Logistics and Supply Chain Management: strategies for reducing cost and improving service* (2nd Edition). / Christopher M. // New Jersey. – 2004. – Prentice-Hall.
3. Огляд світового автомобілебудування / [електронний ресурс] / режим доступу: // http://leasinginukraine.com/ua/publications/market_review/?pid=1264
4. *European Automobile Industry Report 2009* / [електронний ресурс] / режим доступу: // <http://www.acea.be/index.php/collection/publications>

УДК 339.14

Желєзова О.М., студентка групи 5 МО

Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

НАПРЯМКИ РЕАЛІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОВ «ЛЮБАВА-ГРАЦІЯ» В КОНТЕКСТІ ОПТИМІЗАЦІЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетингова товарна політика – комплекс заходів, у рамках якого один або кілька товарів використовуються як основні інструменти досягнення цілей підприємства.

Також під маркетинговою товарною політикою розуміють систему дій підприємства для визначення місця товару на ринку, задоволення конкретного потенційного споживача товарами, широкої можливості їх вибору.

За своєю суттю найбільш повним визначенням маркетингової товарної політики є: це цілеспрямована сукупність дій комерційної організації з метою максимального задоволення створеними або залученими споживчими цінностями визначених ринкових потреб. До її складових відносять: визначення оптимального асортименту товарів та його постійне оновлення, якість продукції, дизайн, упаковку, товарну марку, міру відповідності критеріям споживачів та ін. Визначення оптимальної номенклатури передбачає включення у виробничу програму підприємства товарів, виробництво та збут яких орієнтовано на ринкові потреби, які позитивно впливають на розвиток підприємства, дають прибуток, сприяють досягненню стратегічних цілей.

Маркетингова діяльність підприємства ТОВ «Любава Грація» включає в себе наявність певних елементів що забезпечують виконання функцій маркетингу на рівні підприємства, проте вони не мають системного характеру, є розподілені між окремими виконавцями та непогоджені між собою, отже

оскільки стратегічною задачею діяльності підприємства є ефективне використання свого маркетингового потенціалу в контексті оптимізації товарної політики, реалізацію даної задачі слід здійснювати за допомогою розробки і використання комплексної системи управління маркетинговим потенціалом підприємства.

Комплексна система управління маркетинговим потенціалом підприємства ТОВ «Любава Грація» повинна включати в себе: систему управління ресурсним забезпеченням маркетингового потенціалу; система управління маркетинговими зусиллями підприємства; система управління конкурентоспроможністю маркетингового потенціалу; система управління маркетинговими ризиками.

Процес оптимізації товарної політики повинен бути заснований на стратегічному підході, який припускає розробку довгострокового, перспективного курсу й передбачає рішення наступних принципів завдань:

1) оптимізація й відновлення товарного асортименту з урахуванням життєвого циклу товару і співвідношення нових і «старих» товарів в асортиментній програмі;

2) цілеспрямована адаптація товарного асортименту до вимог цільового ринку й споживачів. ТОВ «Любава Грація» має зайнятись суттєвим оновленням жіночих трикотажних суконь, сарафанів, оскільки ця продукція завжди користується попитом а виходячи з аналізу реалізованої продукції бачимо, що цей напрямок не розвинений;

3) ефективне управління товаром і марочним капіталом;

4) забезпечення якості й конкурентоспроможності товарів;

5) освоєння нових ринків при збуті існуючих і нових товарів;

б) для забезпечення ефективності процесу розробки й виведення на ринок нових видів продукції, пропонуємо для підприємства зосередитись на виробництві нової молодіжної лінії одягу;

7) стратегічне позиціонування товарів на ринку, проведення активної рекламної політики, розробка рекламної продукції, упаковки із фірмовим зображенням. Все це має проходити з наголосом на сформованість та популярність, близькість та якість продукції саме торгової марки ТОВ «Любава Грація»;

8) планування процесу вилучення з виробничої й збутової програми товарів, що втрачають ринкові позиції (такими для ТОВ «Любава Грація» є: чоловічі трикотажні брюки та бриджі, жіночі трикотажні брюки та бриджі, спортивні костюми які втрачають свої позиції та обсяги їх реалізації досить малі).

Товарна політика підприємства повинна носити гнучкий характер, адже саме в сфері легкої промисловості досить часто виникають нові тенденції та вподобання споживачів, а отже для успішного функціонування на ринку підприємству варто активно використовувати в сфері формування асортиментного ряду політику орієнтації на споживачів.

Працівниками відділу маркетингу постійно має проводитись моніторинг новітніх тенденцій мод, має відслідковуватись поява нових матеріалів (ниток,

фурнітури та ін.). При цьому не слід забувати про й про виробництво класичної продукції такої як светри. Що завжди в сезон користуються популярністю.

Варто зауважити, що у сучасних умовах посилюється вплив інформаційної технології на відносини по формуванню товарної політики підприємства. Отже, одним з провідних напрямків реалізації маркетингового потенціалу в контексті оптимізації товарної політики має стати формування адаптивних структурних підрозділів, які поєднують різних спеціалістів та забезпечують відносини із споживачами. Виходячи з можливостей підприємства, таким зв'язковим елементом має стати інформаційне забезпечення. Традиційне управління товарною політикою підприємства вже не забезпечує досягнення цілей підприємства, це можливо тільки при використанні творчого маркетингового підходу, шляхом використання Інтернет - середовища, яке через свої особливості, сформувало новий особливий віртуальний ринок.

У даний час для успішного існування на ринку підприємству необхідно представити спектр додаткових послуг в Інтернеті, бажано в інтерактивному режимі. Підприємство може організувати роботу через Інтернет не тільки в режимі створення веб-сайту призначеного для інформування споживачів, а й налагодити зворотній зв'язок зі споживачами, проводити опитування та анкетування он-лайн для визначення основних проблем та перспектив своєї продукції. Можливо навіть в майбутньому налагодити продаж товарів он-лайн та доставку по м. Черкасах безкоштовно, а в інші міста України за рахунок замовлення, чи в залежності від обсягу замовлення.

Покупка одягу через інтернет магазини стала досить популярна останнім часом, і споживачі вже спокійно, без упереджень до неї ставляться та погоджуються так замовляти речі. Саме повнота й різнобічність інформації про товари, швидкість обробки замовлення й можливість зручної для споживача оплати, після продажний супровід у будь-який зручний для клієнта час і швидка реакція на претензії дають значні конкурентні переваги для роботи підприємства, як у реальній, так й у віртуальній реальності.

Також підприємство може надавати анкети для заповнення в власних магазинах, таким чином збираючи інформацію при покупців їх електронні пошти, телефони та потім май же без затрат через інтернет нагадувати про свої товари, можливі акції, новинки.

Отже, маркетинговий потенціал ТОВ «Любава Грація» повинен реалізуватись в контексті створення комплексної системи управління маркетинговим потенціалом орієнтованої на активізацію таких основних напрямків як: система управління ресурсним забезпеченням маркетингового потенціалу, система управління маркетинговими зусиллями підприємства, система управління конкурентоспроможністю маркетингового потенціалу, система управління маркетинговими ризиками. В контексті реалізації маркетингового потенціалу значну увагу керівництву підприємства необхідно приділити оптимізації товарної політики та формування її на основі стратегічного підходу. Зокрема особливої уваги заслуговує оптимізація асортименту підприємства, вилучення з виробництва нерентабельної продукції,

цілеспрямоване вивчення ринку, розробка та адаптація асортименту продукції до потреб споживачів.

Список використаних джерел:

1. Сербіненко Н. Маркетингова товарна політика виробничого підприємства України / Н. Сербіненко, М. Гергель // *Економіка та підприємництво. Держава та регіони*. 2007. – № 3. – С. 220-224.
2. Савицька Г.В. *Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2007. – 668с.*

УДК 336

Міняйло О. В., студентка групи 5 МО
Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах модернізації сучасного українського суспільства під впливом системних ринкових перетворень особливу актуальність в управлінні організаціями набуває проблема кадрової політики, спрямованої на задоволення потреб організації у кваліфікованій робочій силі [4]. Робота сучасної організації на всіх рівнях залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів. Суб'єктивний фактор – це люди зі своєю свідомою планомірною організованою діяльністю [6].

Зростання ролі людського фактору в сучасному управлінському процесі підтверджується результатами досліджень провідних американських вчених П. Друкера [10], Й. Шумпетера [13].

У сучасній економічній літературі аналізу проблем формування, розвитку і використання кадрової політики приділяється багато уваги [5]. Дослідження в цій галузі вітчизняними фахівцями знайшли своє відображення в працях таких учених, як В.В. Онікієнко [9], Д.П. Богиня [2], Г.В. Щокін [14] та інших.

Кадрова політика підприємства – це система теоретичних поглядів, ідей, вимог, принципів, які визначають основні напрямки роботи з персоналом. Вона спрямована на вирішення виробничих, соціальних і особистих проблем людей на різних рівнях відповідальності [7, с. 42].

Основною метою кадрової політики є забезпечення сьогодні та у майбутньому кожної посади і робочого місця персоналом належної кваліфікації. Задля досягнення цієї мети треба професійно здійснювати набір, підготовку та оцінку персоналу, мотивацію ефективної праці, соціальні функції тощо [12, с. 86].

Якщо підприємство створюється і його керівництво зацікавлене у тому, щоб кадрова політика проводилася усвідомлено, то необхідно здійснити ряд етапів по проектуванню кадрової політики. Гавкалова Н.Л. виділяє такі етапи проектування кадрової політики підприємства [3, с. 138]:

1. Нормування. Мета даного етапу – узгодження принципів і цілей роботи з персоналом із принципами і цілями підприємства в цілому, стратегією та етапом його розвитку.

2. Програмування. Мета даного етапу – розробка програм, шляхів досягнення цілей кадрової роботи, конкретизованих з урахуванням умов теперішніх і можливих змін ситуації.

3. Моніторинг персоналу. Мета даного етапу – розробка процедур діагностики і прогнозування кадрової ситуації.

Кадрова політика формується з урахуванням впливу зовнішніх та внутрішніх факторів, характерних для сучасного і майбутнього (рис. 1).

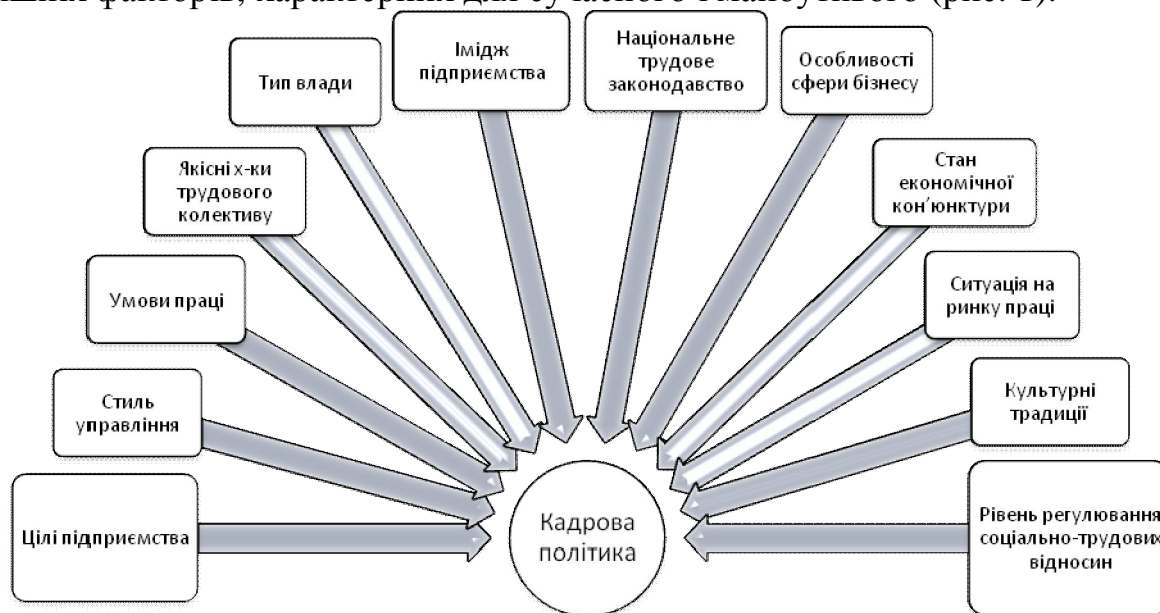


Рис. 1. Система чинників, що визначають кадрову політику підприємства [1, с. 129]

Ефективність управління персоналом визначається двома основними чинниками: здатністю підприємства чітко окреслити, яка поведінка працівників потрібна для досягнення стратегічних цілей суб'єкта господарювання, і можливістю застосовувати ефективні управлінські важелі для спрямування працівників на бажану поведінку [11].

Для підвищення ефективності кадрової політики вітчизняним підприємствам слід інтенсифікувати власні зусилля у таких напрямках роботи з персоналом:

1) кадрове планування, яке відбиваючи політику і стратегію організації, визначає якісну і кількісну потребу в персоналі. Кадрове планування задає чіткі орієнтири, що стосуються професійної приналежності, кваліфікації і чисельності організації працівників, що вимагається.

2) аналіз роботи, нормування праці й оцінка виконання, які дозволяють виробити вимоги і критерії, відповідно до яких будуть відбиратися кандидати на конкретні вакантні посади.

3) система стимулювання, яка дає можливість виробити політику стимулювання праці і набір стимулів, спрямованих на залучення кандидатів, що відповідають усім необхідним вимогам, а також сприяє утриманню вже найнятих працівників.

4) оргкультура, тобто порядки, норми поведінки і трудові цінності, які культивуються в організації, враховуються при встановленні критеріїв,

використовуваних при пошуку і доборі нових працівників. Укомплектувати організацію працівниками, здатними прийняти діючі в ній норми, цінності, правила, не менш важливо, чим знайти професіоналів, що володіють необхідними знаннями, досвідом, навичками і діловими якостями.

5) система заходів для адаптації нових працівників до роботи в організації і до трудового колективу, яка полягає в забезпеченні їх легкого входження в організацію і швидкий вихід на необхідний рівень робочих показників.

Важливим напрямком підвищення компетентності і кваліфікації працівників підприємства є посадова ротація, яка передбачає горизонтальне переміщення, яке дозволяє спеціалістам накопичувати досвід роботи, полегшує комунікацію із колегами інших підрозділів, сприяє ефективнішому використанню неформальних комунікацій, дозволяє усвідомити та проаналізувати проблеми інших виробничих та функціональних підрозділів.

Керівництву будь-якого підприємства слід також більше уваги приділяти такому заходу як планування кар'єри робітника, яке орієнтоване на визначення стратегії й етапів розвитку і просування фахівців. Цей процес полягає у зіставленні потенційних можливостей, здібностей і цілей людини, з вимогами організації, стратегією і планами її розвитку, що виражається в складанні програми професійного і посадового росту [6].

Вітчизняним підприємствам ще досить далеко до створення такої кадрової політики, у якій механізм мотивації був би досконалим у всіх його проявах, тому підприємствам із певними фінансовими труднощами, що створюють бар'єр для росту заробітної плати, слід якомога більше самовдосконалюватися, щоб сформувати у своїх працівників мотиви до підвищення продуктивної праці та подальшого удосконалення кадрової політики. Тобто кадрова політика підприємства в області кар'єри персоналу має бути спрямована на задоволення кількісних і якісних потреб працівників, де важливим засобом розроблення та реалізації цієї політики має бути планування кар'єри, яку треба розглядати як розробку офіційної програми просування персоналу по службі, що буде визначати перспективу його зростання задля допомоги працівникові розкрити свої здібності та застосувати їх якнайкраще для досягнення мети підприємства [8].

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. *Управління персоналом: підруч.* / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
2. Богиня Д.П. *Ментальні чинники в системі регулювання зайнятості та стимулювання праці України*// Вісник Хмельницького національного університету, 2009. – №5, с. 7-9.
3. Гавкалова Н.Л. *Менеджмент персоналу: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ Харківський держ. економічний ун-т. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2004. – 276 с.*
4. Гаврилюк Т.І. *Шляхи удосконалення кадрової політики підприємства.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Philologia/63023.doc.htm
5. Головащенко І.І. *Проблеми сучасної кадрової політики підприємств* / І.І. Головащенко, Л.В. Бондарчук // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67559.doc.htm.
6. Кравченко Н.І. *До питання про кадрову політику в управлінні в умовах ринку* / Н.І. Кравченко, Е.Овчарова, О. Глотова // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до тексту: http://www.rusnauka.com/15_APSN_2010/Economics/67559.doc.htm.
7. Крушельницька О.В. *Управління персоналом: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, перероб. та доп* / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. – К.: «Кондор». – 2005. – 308 с.
8. Мороз Л.І. *Теоретичні та практичні аспекти вдосконалення кадрової політики українських підприємств* /

- Л.І.Мроз // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2010. – №4. – С. 36-40.
9. Онікієнко В.В. Удосконалення соціально-трудових відносин як важлива умова забезпечення людського розвитку / В.В. Онікієнко // Демографія та соціальна економіка. – 2004. – №1-2, с. 102-109.
10. Питер Ф. Друкер. Классические работы по менеджменту. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. □ 224 с.
11. Трецов М.М. Кадрова політика як фактор підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства / М.М. Трецов // Науково-теоретичний журнал Дніпропетровської державної фінансової академії. – 2011. – № 1(25). – С. 25-29.
12. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів / Л.І. Шваб. – К.: Каравела, 2005. – 568 с.
13. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития / Й.А. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 401 с.
14. Щекин Г. В. Социальная теория и кадровая политика / Г.В. Щекин. □ К: МАУП, 2000. □ 576 с.

УДК 336

Павлова І.Р., студентка 4-МО

Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Управління персоналом містить у собі цілий комплекс заходів, пов'язаних з професійним просуванням працівників та формуванням персоналу, а також його плануванням, аналізом показників праці, витрат на персонал, вивченням ринку трудових ресурсів, а також внутрішніх джерел розвитку персоналу, забезпеченням соціально-психологічних умов взаємодії підрозділів, взаємовідносинами у колективі, запобіганням конфліктів. Управління персоналом орієнтується на визначення стратегічно важливих функцій щодо планування персоналу, його відбору, маркетингу і розвитку.

Отже, персонал є важливою складовою ресурсного забезпечення діяльності підприємства, основною рушійною силою виробництва. В основу існуючої кваліфікації персоналу підприємства покладений принцип участі працівників у виробничій діяльності, тобто функціональний критерій [1, с.124].

Однією з головних та найважливіших загальногосподарських та галузевих функцій в умовах вітчизняних ринкових реалій є раціональне використання трудових ресурсів на всіх рівнях національної економіки, що сприятиме виготовленню конкурентоспроможної продукції, поліпшенню економічної діяльності і зростанню прибутків працівників. Реалізація цих завдань є неможливою без підвищення продуктивності та ефективності праці.

Сьогодні продуктивність використання персоналу на підприємстві здебільшого залежить від розроблених систем та чинників, спрямованих на підвищення ефективності праці, яка являє собою співвідношення основних результатів діяльності підприємства до затрат праці персоналу на її здійснення. На даний момент показник продуктивності та ефективності праці в Україні відтиснутий такими фінансовими інструментами, як прибуток, рентабельність, заробітна плата тощо [4, с.113].

Питання значення ефективності праці та необхідності її підвищення для забезпечення ефективного функціонування господарюючих суб'єктів набуває особливої актуальності на сьогодні.

Ефективність праці – співвідношення між результативністю праці та величиною витрат (у тому числі ступенем раціонального використання ресурсів), що виражається у досягненні максимального ефекту за мінімальних витрат. Ефективність праці є багатоаспектною економічною категорією, кожен з аспектів якої розкриває окремі її сутнісні сторони і виражається у менш місткій категорії. Такими категоріями є продуктивність, якість, результативність праці тощо. Продуктивність праці – це найважливіший із показників ефективності трудового процесу, що виражається відношенням виробленої продукції (послуг) до відповідних витрат безпосередньої, живої праці. Вище керівництво більшості сучасних корпорацій все частіше визнає, що витрати на управління людськими ресурсами здатні окупитись підвищенням загальної ефективності і продуктивності роботи організації. Продуктивність визначається шляхом аналізу доходів і витрат, у той час як ефективність визначається за допомогою порівняння результатів управління персоналом з цілями, наміченими в області управління персоналом. Оцінка ефективності та продуктивності необхідна як відносно управління персоналом, так і відносно до інших сфер діяльності організації. Оцінки повинні розглядати як внутрішню, так і зовнішню сторону діяльності відділу людських ресурсів [2, с.182].

Аналіз наукових концепцій дозволяє виділити три методичних підходи до оцінки ефективності управління. Прибічники першого підходу вважають, що персонал підприємства є сукупним суспільним працівником, який безпосередньо впливає на виробництво, тому кінцеві результати виробництва повинні служити критеріальними показниками ефективності персоналу. Прибічники другого підходу до оцінки ефективності роботи персоналу вважають, що критеріальні показники повинні відображати результативність, якість і складність живої праці чи трудової діяльності. Прибічники третього підходу вважають, що ефективність роботи персоналу в значній мірі визначається організацією його роботи, мотивацією праці, соціально-психологічним кліматом у колективі, тобто більше залежить від форм і методів роботи з персоналом [3, с.203].

На мою думку на ефективність діяльності організації вплив різні чинники: внутрішні і зовнішні, об'єктивні і суб'єктивні. Однак усе залежить від людського чинника, від рівня конкурентоспроможності персоналу в цілому, від професіоналізму вищого менеджменту, його вміння долати вплив негативних зовнішніх чинників та розумно використовувати наявні ресурси, у першу чергу людські. Ефективність роботи персоналу визначається організацією його роботи, мотивацією праці, гарантії зайнятості на тривалий період часу (відсутність загрози втратити роботу), можливості навчання та професійно-кваліфікаційного просування; соціально-психологічний клімат у структурних підрозділах і на підприємстві в цілому.

Для ефективного використання персоналу розроблені системи управління персоналом. Вони включають розгалужену низку функціональних систем, покликаних вирішувати широке коло завдань з формування трудового колективу, його розвитку, вдосконалення трудових відносин, стимулювання праці,

вироблення стратегії управління персоналом, забезпечення сприятливих умов для досягнення високих виробничих результатів.

Отже, питання персоналу завжди буде актуальним у підприємницькій діяльності любого типу власності. Питання персоналу завжди буде залишатися у фокусі виробництва, в поглибленому науковому аналізі сучасного стану персоналу з подальшою оптимізацією якісних і кількісних його показників. Через втрати чіткого темпу у використанні персоналу виникає ряд перешкод під час їхнього оформлення на підприємство, руху та поступового перенесення частини живої праці на виготовлену продукцію. Виникнення дисбалансу між величиною кадрового потенціалу, що має підприємство, та обсягом виробничих завдань, що воно виконує, свідчить, передусім, про негаразди в системі управління. Для того, щоб запобігти цій проблемі необхідно постійно відстежувати й відтворювати пропорційність між величинами кадрового потенціалу й обсягами виробництва, тобто ефективно використовувати персонал в системі управління, що є однією з найважливіших цілей та першочергових завдань кадрової політики підприємства [1, с.124].

Виходячи із вище сказаного, під використанням персоналу слід розуміти комплекс заходів, що спрямований на забезпечення умов для ефективної реалізації творчого, фізичного і трудового потенціалу працівників. До передумов підвищення ефективності використання персоналу в системі управління підприємством необхідно відносити ефективне застосування інтелектуального, організаторського, творчого потенціалу персоналу за допомогою покращення змісту праці, її гуманізації, виключення монотонності та беззмістовності праці; забезпечення безпеки та надійності виробничих процесів; забезпечення нормальних умов праці, раціональних режимів праці та відпочинку; визначення здібностей працівника, встановлення характеристик, які безпосередньо або опосередковано впливають на ефективність праці [3, с. 147].

Визначені критерії ефективності використання персоналу, що необхідні для вироблення стратегії управління ним, для постановки та розв'язання питань їх раціоналізації:

- 1) часткові, локальні – найменші затрати живої праці на виробництво продукції, найменші затрати матеріальних фінансових ресурсів; найвища рентабельність виробництва; найменша собівартість продукції;
- 2) узагальнюючі – високі темпи продуктивності праці, високі темпи впровадження НТП, найвищі показники використання основних фондів;
- 3) якісні – найкращі умови праці персоналу, дотримання норм і нормативів з праці, випуск продукції вищої якості за оптимальної собівартості.

Треба відмітити, що на ефективність використання персоналу в апараті управління, інженерних службах, у штаті робітників підприємства впливає на скорочення трудових затрат на одиницю продукції, що безпосередньо позначається на зниженні фінансових витрат [2, с.187].

Отже, можна зробити висновок про те, що питання значення ефективності праці та необхідності її підвищення набуває особливої актуальності на сьогодні. Для ефективного використання персоналу розроблені системи управління

персоналом. Використання персоналу в системі управління підприємством буде досягнута завдяки оптимальній зайнятості персоналу, тобто стабільному та рівномірному завантаженню протягом робочого часу (періоду); відповідності трудового потенціалу персоналу вимогам робочого місця, посади та періодичній зміні одного робочого місця на інше, що урізноманітнить діяльність працівників та можливість гнучкого маневрування в процесі виробництва.

Список використаних джерел:

1. Данюк В.М., Петюх В.М., Цимбалюк С.О. *Менеджмент персоналу* / За заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2004. – 398 с.
2. Качан Є.П. *Управління трудовими ресурсами* / Є.П. Качан, Д.Г. Шушпанов – К.: Видавничий Дім «Юридична книга», 2005. – 358 с.
3. Крушельницька О.В. *Управління персоналом* / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук – К.: Кондор. 2003. – 296 с.
4. Писаренко Б.А. *Регламентна система управління продуктивністю праці* / Б.А. Писаренко, Н.Б. Проценко // Вісн. економ. науки України. – 2010. – №2. – с.113-116
5. Ревенко А. *Забута продуктивність праці* / А. Ревенко // Дзеркало Тижня. – 2008.

УДК 332.021.4

Пасєка С.Р. к.е.н, доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВІДНОСИН У СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВІЙ СФЕРІ

Модернізація українського суспільства, що відбувається під знаком ринкових реформ упродовж останніх двадцяти років, поки не засвідчила досягнення бажаного балансу інтересів між соціальними партнерами. Становлення ринкової системи господарювання, заснованої на багатоманітності форм власності, зумовило появу нових тенденцій і соціальних ризиків, які неоднозначно (точніше сказати – конфліктно) вплинули на стан соціально-трудова відносин. Прояв таких тенденцій пов'язаний зі змінами у політичному устрої, соціально-економічній структурі суспільства, розшаруванням населення за рівнем доходів, зростанням безробіття, поширенням явищ прихованого безробіття, неповної зайнятості, слабкості соціального захисту працівників, посиленням інтенсивності праці, послабленням мотивів до ефективної праці на тлі суперечностей між трудовими зусиллями й отримуваними доходами.

У сучасній економічній літературі аналізу проблем у соціально-трудова сфері приділяється багато уваги. Зокрема ці проблеми досліджують О.Амоша, С. Бандур, О.Грішнова, А.Колот, Е.Лібанова, В.Новіков, О.Новікова, В.Онїкієнко, І.Петрова, С. Пирожков, У.Садова, Л.Семів, М.Семикіна, Л.Шаульська та інші українські вчені. Але питання оптимізації відносин в умовах приватної власності і політичних протистоянь підприємств залишається актуальним і сьогодні.

У роки ринкових трансформацій взаємодія роботодавців і найманих працівників перетворилася у складні відносини, які в часи загострення економічної та політичної кризи супроводжувалися конфліктами різної сили та

соціальними втратами. В умовах змін урядів і постійних баталій у Верховній Раді, роль держави у регулюванні соціально-трудових відносин виявлялася часто недостатньою, хоча більш відчутною, ніж діяльність профспілок, які за нових економічних умов і недосконалого трудового законодавства не діяли адекватно трансформаційним процесам в економіці й соціальній політиці.

За умов формування ринкового середовища та інтеграції України у міжнародні трудові відносини соціально-трудова відносина (СТВ) відчували на собі відбиток як позитивних можливостей, так і негативний вплив, виклики глобалізаційних процесів. Так, зросла міжнародна трудова мобільність працівників, можливості трудового вибору, заробітків за кордоном (за різними оцінками, від 2 до 7 млн. українців працюють за кордоном, завдяки чому виживають їх сім'ї і частково знімається гострота соціальної напруги у депресивних регіонах), проте одночасно збільшилася небезпека інтелектуальних утрат для соціально-трудова сфери держави.

Своєрідним іспитом у взаємодії роботодавців і профспілок стала світова економічна криза, яка не тільки ускладнила внутрішньоекономічну ситуацію в країні, викрила економічні та соціальні загрози низької конкурентоспроможності й підприємств, і найманих працівників, а й засвідчила гостру потребу у досягненні стабільності СТВ, надійного соціального миру. Досягти такого соціального миру, забезпечити гармонізацію СТВ навряд чи можна без оптимізації відносин між працею і капіталом, створення гідних умов праці, життя і розвитку для людини. Ці завдання на початку нового тисячоліття залишаються найскладнішими для більшості країн світу.

Розв'язання завдань гармонізації СТВ має доленосне значення для України, яка прагне до модернізації економіки, піднесення її конкурентоспроможності на засадах інноваційного розвитку. Тим важливіше в цьому контексті зосередити увагу на основних «уроках», що випливають з аналізу змін у розвитку соціально-трудова відносин періоду ринкових трансформацій. У процесі аналізу зосередимо увагу на ключових чинниках, які змінили «обличчя» СТВ та умови діяльності їхніх основних суб'єктів в Україні. Йдеться, передусім, про вплив приватизаційних процесів; зміну ролі держави, роботодавців і профспілок у розвитку соціально-трудова сфери суспільства; зміну характеру СТВ та способу його регулювання; зміну структури зайнятості, розбалансування між попитом і пропозицією на ринку праці.

Варто зауважити, що суспільство як «форма соціальної організації, за якої окремі індивіди та колективи людей активним впливом на соціальний порядок прагнуть реалізувати особисті й колективні інтереси та раціонально поєднати їх із суспільними за переважання суспільних» [2, с.535], за своєю природою приречене бути дуальним: з одного боку, – стабільним, здатним виявляти себе ідентично-адекватним самому собі як усталена соціальна організація, з іншого, – нестабільним, змінюючись під впливом прагнень його членів – колективів та індивідів. Завдячуючи цій обставині, залежно від умов розвитку, в ньому швидше чи повільніше відбуваються трансформаційні процеси. Активізації таких процесів на теренах України сприяли події останніх десятиліть. Під їхнім впливом відбувається активний процес розмиття традиційних соціальних груп з

одночасним становленням нових видів інтеграції за формами власності, рівнем доходів, належністю до структур влади. Трансформаційні процеси здійснюються різними темпами й мають суттєві відмінності залежно від регіону, галузі, населеного пункту, часто-густо не маючи чіткого спрямування.

Головним фактором трансформації СТВ у нашій країні вважаємо зміну форм власності. Якщо раніше у ролі роботодавців виступала тільки держава, то у результаті масової приватизації з'явилися роботодавці, які презентують різні форми власності. Праця або трудові послуги найманих працівників перетворилися у товар, ціна якого вже залежить не від волі держави, а переважно від роботодавців – нових власників підприємств та стихійного співвідношення попиту й пропозиції на ринку праці.

Аналіз засвідчив, що упродовж останніх 20 років розвиток соціально-трудої сфери Черкаської області, як і інших регіонів України, відбувається у несприятливих умовах (загострення соціально-економічних, екологічних проблем, політична нестабільність, демографічна криза, безробіття, вкрай обмежене фінансування освіти, науки, культури, низькі доходи більшості працюючих тощо).

Для діагностики стану СТВ у Черкаській області та оцінки співвідношення патерналістських та партнерських орієнтацій у взаємодії найманих працівників і роботодавців було проведено анонімне соціологічне обстеження «Проблеми гармонізації соціально-трудої відносин», яке охопило 720 найманих працівників (спеціалістів та робітників) 15 підприємств різних форм власності у Черкаській області.

Зауважимо, що охоплені дослідженням підприємства умовно можна об'єднати у три групи за ознаками стабільності фінансово-економічного стану, наявністю профспілки, станом стабільності соціально-трудої відносин:

перша група – підприємства, які працюють стабільно, є профспілка, укладений колективний договір, соціально-трудої конфліктів майже не спостерігається (ВП «Черкаська ТЕЦ» ВАТ «Черкаське хімволокно»; ВАТ «Золотоніський машбуд ім. І.І. Лепсе»; ВАТ «Смілянське АТП 17128»; ЗАТ «Черкаський шовковий комбінат», ВАТ «Канівський маслосирзавод»; ВАТ «Уманьферммаш»; ЗАТ «Корсунь-Шевченківська швейна фабрика»; ВАТ «Азот»);

друга група – підприємства, які працюють переважно стабільно, інколи переживають економічні труднощі, профспілка відсутня, але соціально-трудої відносини стабільні (СТОВ «Птахоплемзавод «Коробівський», ТОВ АПК «Маїс»; ТОВ «Урожай»). На основі вивчення досвіду побудови СТВ на цих підприємствах можна зробити висновок, що тут не виникає потреби у створенні профспілки для захисту трудових прав тому, що завдяки соціальній відповідальності керівництва розвиток соціально-трудої відносин відбувається безконфліктно;

третья група – підприємства, які відчувають істотні фінансово-економічні труднощі, профспілка відсутня; відчувається накопичення гострих соціально-трудої проблем, у соціально-трудої відносинах присутня конфліктність

(ТОВ «ЧеркасиЕлеваторМаш»; ЗАТ «Черкаситара»; ТОВ «Любава-Грація»; ТОВ «Марелі»).

В процесі нашого дослідження приділялась увага вивченню сукупності питань, що впливають на стабільність СТВ, зокрема: з'ясуванню проблем, які найбільше хвилюють працівників підприємств та установ; визначенню чинників незадоволеності працею, оцінці респондентами стану соціально-трудових відносин в організації, на підприємстві; вивченню можливостей розв'язання соціально-трудових конфліктів, ролі, яку відводять працівники профспілкам і роботодавцям у гармонізації СТВ; визначенню завад прояву трудової та інноваційної активності, перешкод в освітньо-професійному розвитку тощо.

За підсумками опитування, з'ясовано, що на більшості підприємств потребує покращення організація та умови праці, не все гаразд і з справедливістю розподілу трудових обов'язків та об'єктивністю оцінки трудових результатів. Кожен десятий респондент акцентує увагу на тому, що прояв трудової активності належним чином не заохочується, є поширеною зрівнялівка в оцінці праці; не стимулюється прояв ініціативи, науково-технічна творчість; має місце неповна зайнятість з вини адміністрації; різниця в доходах працівників підприємства не завжди є справедливою.

24% респондентів оцінили стан СТВ на підприємстві як відносини ділового співробітництва, з ознаками гармонійності, взаєморозуміння (така думка переважає на ВП «Черкаська ТЕЦ» ВАТ «Черкаське хімволокно»; ЗАТ «Корсунь-Шевченківська швейна фабрика»; ВАТ «Азот», ТОВ АПК «Маїс»; ТОВ «Урожай».

37% опитаних охарактеризували взаємовідносини роботодавця і найманих працівників як переважно стабільні (такий погляд найбільш поширений в анкетах працівників СТОВ «Птахоплемзавод «Коробівський», ВАТ «Золотоніський машбуд ім. І.І. Лепсе», ВАТ «Смілянське АТП 17128», ЗАТ «Черкаський шовковий комбінат», ВАТ «Канівський маслосирзавод» торгова марка «Клуб сиру», ВАТ «Уманьферммаш»).

Отже, у взаємодії найманих працівників і роботодавців спостерігаємо домінуючу роль одного із суб'єктів СТВ – керівника підприємства, високу залежність найманих працівників, членів профспілки (якщо вона є) від роботодавця, його рішень, його думки, його позиції, прояву з його боку або «батьківського піклування» або диктату (м'якого або жорсткого). На прикладі результатів соціологічного опитування на підприємствах Черкащини видно, що у взаємодії найманих працівників і роботодавців переважають не партнерські, а патерналістські орієнтації. Соціальне партнерство виявляє себе лише на ранній стадії розвитку. Можливості його утвердження у соціально-трудових відносинах у найближчій перспективі незначні, оскільки це залежить від складних процесів перебудови свідомості, формування високої соціальної відповідальності, суспільної активності сторін СТВ, результативності соціального діалогу на усіх рівнях. Якщо в часи колишнього Союзу РСР був поширений державний патерналізм, то сьогодні переважає патерналізм керівників, власників підприємств, з усіма позитивними і негативними його проявами в залежності від міри усвідомленої соціальної відповідальності за

долю найманого персоналу, фінансових можливостей, притаманних моральних, ділових, професійних якостей, досвіду тощо.

Список використаних джерел

1. Бевз З.В. (Смутчак З.В.) Соціально-трудові відносини на підприємстві в умовах кризи / З.В. Бевз // 36. наук. пр. КНТУ. – Кіровоград : КНТУ, 2009 – С.160–165.
2. Економічна енциклопедія: [у 3 т.]. Т. 1 / [редкол. : С.В. Мочерний (відпов. ред.) та ін.]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.

УДК 336

Педченко І.О., студент групи 5-МО (3)

Куценко М.О., ст.викладач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ЗАХОДИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКОСТЮ ПРОДУКЦІЇ В СТОВ «ЗОРЯ-МАЇС НАСІННЯ»

В умовах переходу до ринку успіх кожного конкретного товаровиробника оцінюється за рівнем ефективності виробництва, обумовленої в першу чергу ступенем задоволення потреб суспільства з найменшими витратами. При цьому в даний час визначальною характеристикою, яка формує суспільні потреби, стає якість продукції. Це пов'язано з тим, що якість продукції в умовах конкуренції є головним стимулом придбання продукції, одним з факторів її конкурентоспроможності.

Стан справ в області управління якістю для підприємств України не можна визначити як задовільний. Розвиток експортних відносин показав, що продукція вітчизняних підприємств є неконкурентоспроможною на світовому ринку саме по якості. У цьому зв'язку набуває особливого значення проблема розробки та впровадження дійових методів управління витратами на забезпечення якості продукції.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження організації управління якістю продукції в СТОВ «Зоря-Маїс Насіння», яка нині є одним із лідерів насінництва України та СНД та розробка методичних підходів і практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління якістю продукції.

СТОВ «Зоря-Маїс Насіння». створене в 1992 році, входить в число найбільших в Україні виробників насіння гібридної кукурудзи, насіння гібридного соняшника, сої.

«Маїс» – це 128 висококваліфікованих працівників, які працюють на виробництві насіння з моменту створення нових гібридів до передачі насіння сільськогосподарським виробникам. Підприємство має в своєму розпорядженні достатню кількість ріллі (оренда, суборенда) під ділянки гібридизації, сучасний кукурудзо-калібрувальний завод, високопродуктивну ґрунтообробну, посівну, збиральну сільськогосподарську техніку та співпрацює з провідними селекційними центрами України, Франції та Сербії. Сукупність цих факторів забезпечує виробництво продукції високої якості.

«Маїс» несе відповідальність за весь процес виробництва, за якість насіння в повному об'ємі. Тут існує постійний контроль якості продукції: зовнішній (державний) та внутрішній. Державний контроль здійснює Черкаська

обласна державна насіннева інспекція. Він полягає у польовому контролі (апробація та реєстрація сортових посівів); ґрунтконтролі; лабораторних аналізах насінневого матеріалу. Результатом державного контролю є видача документів на насіння.

Внутрішньогосподарський контроль передбачає: контроль при вирощуванні та післязбиральній обробці насіння; підготовку насіннесховищ; контроль за бункерним зерном, за якістю очищення і сортування насіння; контроль на етапі зберігання насінневого фонду.

Для контролю за якістю насіння на всіх етапах технологічного процесу в СТОВ “НК “Маїс” існує власна насіннева лабораторія.

Щодо загального фінансово-економічного стану СТОВ «Зоря-Маїс Насіння» то можна зробити висновок, що підприємство досить стабільне. Показники рентабельності ліквідності та ділової активності підприємства мають сталу тенденцію до покращення.

На сьогоднішній день компанія виробляє насіння 15 гібридів кукурудзи, 8 гібридів соняшника, 10 сортів сої. Ці гібриди були відібрані за результатами власної дослідної роботи, випробувань державних установ.

Продукція поставляється в усі області України, в Росію, Білоросію.

Компанія має представництва в 16 областях України.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що управління якістю продукції в СТОВ «Зоря-Маїс Насіння» здійснюється у відповідності до загального механізму управління якістю – якість продукції забезпечується на всіх етапах її життєвого циклу. Для посилення ефетивності управління якістю, наряду з діючою системою управління якості СТОВ «Зоря-Маїс Насіння», на нашу думку, на підприємстві доцільно створити системи управління якістю за ISO 9001. Її головна мета – забезпечення якості продукції, необхідного замовником, та подання йому доказів у здатності підприємства зробити це. Основними чинниками, що забезпечують безупинне поліпшення якості на підприємстві при впровадженні стандартів ISO 9001, є: встановлення чітких цілей поліпшення якості; стимулювання і мотивація поліпшення якості; упор на реалізацію таких концептуальних положень, як фірмова культура у сфері якості і стиль керівництва; навчання і підготовка персоналу підприємства у сфері якості; визнання успіхів і досягнень у сфері поліпшення якості.

Впровадження комплексної системи управління якістю стане нагальною потребою для СТОВ «Зоря-Маїс Насіння» вже в найближчі рік-два, так як обсяг випуску продукції підприємства зростає, внаслідок чого постає необхідність в розширенні географії реалізації продукції та більш ефективної системи контролю якості продукції.

Впровадження комплексної системи якості на СТОВ «Зоря-Маїс Насіння», на нашу думку, необхідно розділити на етапи:

- Підготовка;
- Навчання персоналу;
- Визначення цілей;
- Самооцінка в організації;
- Розробка плану усунення невідповідностей;

- Упровадження системи управління якістю ISO 9001.

Впровадження даної системи дозволить вийти підприємству на якісно новий рівень обслуговування споживачів, що позитивно відзначиться на іміджу підприємства та підвищить прибутковість підприємства. Впровадження системи управління якістю ISO 9001 не є видатком, а інвестицією.

Список використаних джерел:

1. Агеев С.Я. *Управління якістю: навч.-метод. посібник для самостійної роботи по вивч. дисципліни* / С.Я. Агеев - Львів: Новий Світ-2000, 2009. – 240 с.
2. Векслер Е.М. *Менеджмент якості: Навч. посібник для вузів* / Е.М. Векслер, В.М. Рифа, Л.Ф. Василевич – К.: Професіонал, 2008. – 320 с.
3. Калашнік І.І. *Контроль та управління якістю продукції на промислових підприємствах* / І.І. Калашнік // *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. – 2009. – № 1. – С. 53-58.
4. Петренко К. В. *Система управління якістю продукції на підприємстві як чинник його ефективної діяльності* / К.В. Петренко // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2009. – № 12. – С. 32-34.

УДК 331.021.4

*Петрик Я.В., аспірант,
кафедра економічної теорії та міжнародної економіки
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ ЧЕРКАСЬКОГО РЕГІОНУ

Становлення ринкової економіки в Україні, формування конкурентного середовища різнобічно і суперечливо вплинули на ринок праці, виявили низку вузлових проблем, що потребують уваги та глибоких наукових досліджень.

Професійно-кваліфікаційний склад економічно активного населення за роки ринкових реформ зазнав досить суттєвих змін. Трансформації відбувались в основному під впливом обмеженого попиту з боку ринку праці на представників більшості професійних груп, а також внаслідок системно-інституційних змін у суспільстві та економіці. Як зазначає Колот А.М., це пов'язано з переходом до системи господарювання, заснованої на різноманітних формах власності і входженням країн (України, зокрема) у світовий ринок праці і кризовими явищами, які торкнулися всього суспільства [1, с. 59].

Можна виділити сучасні тенденції професійної сегментації регіонального ринку праці і адекватної йому структури зайнятості. По-перше, виділились так звані групи ризику – професійні групи, в яких рівень безробіття перевищує середній для всього економічно-активного населення. Це:

- інженерно-технічні спеціалісти в категорії професій переважно розумової праці;
- робітники машинобудування і металообробки; гірничо-монтажні працівники; будівельні і транспортні робітники в галузі фізичної праці;
- малокваліфіковані і некваліфіковані робітники, а також особи, що не мають професії, спеціальності.

По-друге, в межах відносно благополучних з точки зору положення на ринку праці професійних груп інтенсивно розвивається процес стратифікації зайнятості за професійною ознакою з виокремленням груп нових ринкових

професій, на представників яких існує підвищений попит на ринку праці; відчувається і дефіцит пропозиції робочої сили традиційних професій, навіть в тих випадках, коли попит на їх представників або стабілізується, або скорочується.

Йдеться про групу керівників і спеціалістів в галузі управління і адміністративно-виробничого забезпечення та групу працівників сфери послуг. Саме ці групи є «постачальниками» представників так званих актуальних професій, для яких створюються нові робочі місця і підтримується високий рівень зайнятості. До першої групи відносяться банківські спеціалісти, аудитори, брокери і дилери, менеджери, державні чиновники «нового покоління». До другої групи – охоронці, інкасатори, експедитори і т.п. В той же час робочі місця для представників традиційних професій – економістів, статистиків (в першій групі); прибиральників, поварів (у другій групі) за останні роки значно скоротились.

Зазначаючи складнощі трансформаційного періоду, необхідно враховувати, що сучасний ринок висуває досить жорсткі вимоги до найманих працівників. Між тим, наявний трудовий потенціал України далеко не завжди відповідає цим вимогам.

Будь-яка сучасна фірма прагне мати чітке і об'єктивне уявлення про цінність інтелектуального ресурсу своїх найманих працівників, і насамперед тих, хто володіє сучасними ринковими професіями: менеджерів, маркетингологів, аналітиків, спеціалістів з реклами, ціноутворення, управління персоналом. Керівництво фірми надає особливого значення і зовнішньому вигляду працівника, і його мові, і стилю мислення, вмінню спілкуватися з людьми.

Персонал сучасних комерційних структур – це сукупність різних категорій працівників, що представляють, насамперед, ринкові професії і спеціальності. В їх діяльності є певні загальні риси, оскільки всі вони прямо чи опосередковано пов'язані з ринковою економікою і кожній із цих груп притаманні свої специфічні риси, обумовлені відмінностями їх місця і ролі в системі бізнесу, різним рівнем професійної підготовки.

Професія менеджера – одна з найбільш затребуваних, вочевидь найбільш впливова на діяльність комерційних структур і процесів в ринковій економіці. Її поява на ринку праці обумовлена принципово новими соціально-економічними факторами і умовами організації та управління різними сферами діяльності в умовах ринку і ринкових відносин. Затребуваними є також працівники фінансово-бухгалтерської сфери у комерційних структурах. Мова йде про групу вищих і середніх менеджерів (фінансовий директор, головний бухгалтер, начальник планово-економічного відділу і т.д.), а також про спеціалістів з фінансового аналізу, економістів, пов'язаних з різними сторонами фінансово-економічної діяльності фірми, її взаємовідносин з банками, іншими фірмами, партнерами.

Наступна група затребуваних в регіоні ринкових професій – працівники маркетингових служб. Маркетолог вибирає вигідні ринки, аналізує ринкову ситуацію, розробляє рекомендації з виробництва нових товарів, вивчає потенціал і методи діяльності конкурентів.

Аналізуючи зміни ситуації на ринку праці Черкащини у трансформаційний період, зауважимо, що лише упродовж останніх 10 років відтік робочої сили з промисловості склав 35,9%, із сільського господарства, лісового, рибного господарства – 67,1%, чисельність тих, хто працює в будівництві скоротилася удвічі. При цьому в 1,6 рази зросла кількість тих, хто працює у фінансових структурах, в 1,2 рази – зайнятих торгівлею нерухомості, орендою, в 1,4 – в органах державного управління. В результаті структурних трансформацій в економіці на зміну кількісної концентрації робочої сили на великих підприємствах промисловості та АПК прийшло «розпорошення» робочої сили у сферах малого та середнього бізнесу. Як наслідок, зменшилися можливості для згуртованості трудових колективів, створення впливових профспілок.

Відмітимо, що вивільнення працівників було пов'язано із закриттям багатьох підприємств, несприятливими умовами праці і його оплати, а не з автоматизацією або механізацією, що характерно для розвинених країн, де зростає зайнятість у сфері послуг. Про недовикористання соціально-трудоного потенціалу в економіці Черкаського регіону говорить наявність офіційного безробіття (більше 60 тис. осіб у 2010 р), а також поширення вимушеної тіньової зайнятості (нелегальна робота без оформлення трудових книжок)[2]. Тому не зважаючи на зниження рівня офіційного безробіття у 2010 р. порівняно з 2009 рр., що відображає позитивні зрушення у роботі служб зайнятості, все ще зарано говорити про реальне поліпшення реалізації трудових можливостей населення в Черкаській області. На багатьох підприємствах персонал знаходиться у стані «прихованого безробіття», що стало жорстким заходом менеджерів заради збереження кадрів в умовах кризи (вимушені відпустки без оплати, переведення на роботи з неповним робочим днем або на частку ставки).

Як і в більшості інших регіонів України, у Черкаській області є поширеною бідність серед працюючих. У 2010 році середньомісячна заробітна плата у Черкаській області становила 1835 грн., що на 18% нижче від середньоукраїнського показника (2239 грн.), і лише на 1,1% вище аналогічного показника у Кіровоградській області (1815 грн.)[3]. Низький дохід від праці перешкоджає якісному людському розвитку в регіоні, негативно впливаючи на тривалість життя, доступність освіти, рівень добробуту населення, накопичує конфліктність у взаємовідносинах роботодавців і найманих працівників.

Ще однією рисою сьогоденного ринку праці є самозайнятість, зайнятість індивідуальною трудовою діяльністю та зайнятості в нетоварному секторі економіки, завданням якої є забезпечення виживання значної частини населення. В зв'язку з цим необхідно підкріпити трансформаційні процеси науково обґрунтованим соціально-економічним механізмом їх здійснення.

Відмічені тенденції вказують на те, що у формуванні і використанні трудового потенціалу регіону накопичуються руйнівні тенденції, що погіршує перспективи його продуктивного використання і якісного розвитку.

Список використаних джерел

1. Колот А.М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку: монографія / А.М. Колот. – К.: КНЕУ, 2010. – 251 с.
2. Статистичний щорічник Черкаської області за 2010 рік. Головне управління статистики у Черкаській області: Черкаси, 2011. – 543 с.

УДК 338.24

Пугач Л.Л., студент групи 6 – МО (3)

Пасєка С.Р. к.е.н, доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Об'єктом дослідження є підприємство ТОВ «Вайсе-Стиль», де приймаються управлінські рішення відносно організаційної культури.

Організаційна культура є складною композицією важливих припущень, які часто не підлягають формулюванню, бездоказово сприймаються і поділяються всіма членами колективу. Існує безліч підходів до розгляду організаційної культури. Насамперед, організаційна культура розглядається як одна із субкультур, у якій знаходять своє специфічне вираження всі основні елементи культури суспільства: уявлення, символи, цінності, ідеали, зразки поведінки тощо.

Здебільшого організаційна культура трактується та сприймається більшістю членів організації як філософія й ідеологія управління, загальні припущення, ціннісні орієнтації, вірування, очікування, розмірковування і норми, що лежать в основі стосунків більшості працівників як усередині організації, так і за її межами. Оскільки організаційна культура виявляється у взаємовідносинах між людьми в організації, окремі люди або окремі підрозділи організації схильні описувати її схожими термінами.

Організаційна культура – могутня сила, яка може працювати на організацію або проти неї. Організація і підприємство, фірма або корпорація, як люди чи нація, набуває досвіду протягом свого розвитку, що акумулюється в колективній підсвідомості. Це визначає організаційну поведінку людей шляхом настанов, приписів, заборон, закодованих послань. Як підкреслював відомий китайський діяч Лі Куан Ю: «Культура має досить глибокі корені. Її не можна відчутти на дотик, але вона реальна цінність і її сприйняття, соціальні приписи, вихідні положення – все це викристалізовується в людській свідомості».

Російські вчені О.С.Віханський і А.І.Наумов, використовуючи те спільне, що властиве більшості визначень, узагальнюють: організаційна культура – це набір найважливіших припущень, що сприймаються членами організації і отримують вираження в заявлених організацією цінностях, які визначають людям орієнтири їх поведінки і дій. Це «символічні» засоби духовного і матеріального внутрішнього оточення.

Організаційна культура, як зазначено в короткому енциклопедичному Довіднику з соціології під редакцією В.І.Воловича, – специфічне поєднання цінностей, відносин, норм, звичок, традицій, форм поведінки і ритуалів, які існують в організації. В межах теорії менеджменту, організаційна культура розглядається як потужний стратегічний інструмент, що дає змогу орієнтувати

всі підрозділи організації і окремих осіб на спільні цілі; мобілізувати ініціативу співробітників, виховувати відданість організації поліпшувати процес комунікації, поведінку.

До організаційної культури відносяться також стиль та процедури управління, концепції технологічного і соціального розвитку. Організаційна культура визначає межі, в яких можливе виважене прийняття рішень на будь-якому ієрархічному рівні, можливості використання ресурсів організації в цілому, відповідальність, напрямки розвитку, регламентує управлінську діяльність, сприяє ідентифікації членів з організацією.

Поняття організаційної культури, яке дає М.Х.Мескон: "Атмосфера чи клімат в організації називається її культурою. Культура відображає переважаючі звичаї в організації"[4].

Сьогодні організаційна культура є управлінським регулятивним ресурсом і чим вищий потенціал керівництва, тим вагоміший цей ресурс. Організаційна культура в організації створює соціальний фундамент, який здатний нести на собі всю систему діяльності і взаємодії, протистояти і приймати зовнішні і внутрішні зміни, створювати сприятливі умови для розвитку організації та її маркетингової діяльності.

З позицій структурно-функціонального аналізу, підприємства існують для того, щоб робити матеріальні блага і послуги. Разом з тим вони роблять культуру: різні цінності, символи, обряди і т.д. У цьому значенні підприємства являють собою культурний простір. Іншими словами, підприємство є складною системою, що складається з різних підсистем: технологічної, адміністративної, соціальної тощо. Культура в цьому підході розглядається як одна з підсистем, що виконує функції адаптації підприємства до навколишнього середовища й ідентифікації його співробітників. Разом з тим прихильники структурно-функціонального підходу вказують, що культура - це не звичайна підсистема, а найбільш важлива. Саме вона виконує цементуючу роль для всіх інших підсистем організації.

З позицій стратегічного аналізу культура розглядається як процес становлення і функціонування духовної основи життєдіяльності організації. Тлумачення організаційної культури як процесу припускає розгляд організації як визначеного способу постановки і ведення справи, підприємницької діяльності. Кожне підприємство створюється для реалізації поставленої підприємцем мети, для здійснення якоїсь справи. Спосіб, яким здійснюється підприємницька діяльність в організації, спосіб, яким ведеться справа, надає організації індивідуального забарвлення, персоніфікує її. З цих позицій організаційну культуру можна охарактеризувати як специфічну, характерну для даної організації систему зв'язків, дій, взаємодій і відносин, що здійснюються в рамках конкретної підприємницької діяльності, способу постановки і ведення справи.

Розглянувши і дослідивши організаційну культуру управління підприємством ТОВ «Вайсе -Стиль» можна зробити наступні висновки:

Організаційна культура – це набір найважливіших припущень, які приймаються членами організації і виражаються в заявленій організацією

системі цінностей, що дають працівникам орієнтири щодо їхньої поведінки і дій. Ціннісні орієнтації передаються індивідам через засоби духовного і матеріального внутрішньо-організаційного оточення.

До складу організаційної культури входять: усвідомлення кожним працівником свого місця в компанії, групі, команді; технології спільної діяльності персоналу; цінності і норми поведіння; звичаї та ділова практика діяльності; комунікаційна система і культура спілкування; критерії і правила розподілу повноважень і відповідальності, статусу і влади; правила неформальних стосунків; сформовані в компанії звички і традиції; взаємини між людьми; діловий етикет; правила корпоративної культури; трудова і ділова етика.

Організаційна культура формується як реакція на групи проблем, з якими зіштовхується підприємство. Кожне підприємство створюється для реалізації поставленої підприємцем мети, для здійснення якоїсь справи. Спосіб, яким здійснюється підприємницька діяльність в організації, і яким ведеться справа, надає організації індивідуального забарвлення, персоніфікує її. З цих позицій організаційну культуру можна охарактеризувати як специфічну, характерну для даної організації систему зв'язків, дій, взаємодій і відносин, що здійснюються в рамках конкретної підприємницької діяльності, способу постановки і ведення справи. Таким чином, виховуючи менталітет працівників, ми сприяємо розвитку підприємства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Соломанидина Т.О. *Организационная культура компании*. – М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003
2. Воронкова А. Е. *Индикативна оцінка культури корпорацій в системі стратегічного управління* / А.Е. Воронкова, Е.Н. Коренев, Мажура І.В. // *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. — 2005. — Ч. 2, Т. 1. — С. 112-115.
3. Воронкова А. Е. *Стратегія розвитку культури підприємства* / А.Е.Воронкова, І. В. Мажура // *Маркетингова і логістична технологія управління. Серія: "Економіка". Вип. 54. Т. VI*. — Доецьк, ДонДУУ, 2005. — С.11-22.
4. М.Х.Мескон: Пацюк А. *Теории 3-х "К", или как сделать корпоративную культуру эффективной* / А. Пацюк // *HRD / Отдел кадров*. — 2004.

УДК 336

Росоха М.Ю., викладач кафедри менеджменту Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького ТЕОРІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ ОСВІТНЬОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Умовою реалізації основних стратегічних завдань суспільства є нагромадження та ефективного використання людського капіталу, зокрема розвиток економічного зростання, формування економіки знань, тих якісних рис працівників, що формують сучасні продуктивні здібності та перетворюють їх на головну продуктивну силу постіндустріальної економіки.

Дослідження процесів формування людського капіталу в контексті концепції людського розвитку наводить на думку, що вдосконалення якостей людини, яке досягається передусім освітою та професійною підготовкою, стає запорукою і змістом всього суспільного (в тому числі економічного) прогресу.

В зв'язку з цим, освіта та професійна підготовка мають посідати провідне місце в системі суспільних пріоритетів. Як зазначають дослідники теорії людського капіталу, освіта, особливо вища, розглядається як головний, ключовий фактор соціального й економічного зростання.

З огляду на цю тезу, освіту слід розглядати як каталізатор розвитку цивілізації, як фактор формування компетентної, соціально активної людини, здібності якої дозволяють їй реалізувати свої потреби. Формування багатоукладної освітньої системи і становлення ринку освітніх послуг в Україні вимагають від вищих навчальних закладів розв'язання цілого ряду проблем, пов'язаних з адаптацією до жорстких конкурентних умов, обумовлюють необхідність формування нового організаційно-економічного механізму функціонування.

Аналіз чисельних результатів наукових досліджень теорії людського капіталу дозволяє стверджувати, що положення цієї теорії можуть слугувати підґрунтям теоретичного осмислення майбутніх рішень і дій в системі освітнього менеджменту, побудові навчально-виховного процесу у відповідності до реалій сьогодення.

На мою думку, основні застосування положення теорії людського капіталу, які можуть бути покладені в основу розробки і прийняття рішень в системі освіти такі:

1. Процес формування знань, вмінь і навиків, якій є фактором формування компетентної, соціально активної людини, здібності якої дозволяють їй реалізувати свої потреби і якій відбувається за участю самої людини, слід класифікувати як освітню діяльність.

2. Результат освітньої діяльності втілюється в людині, яка виступає його носієм і власником, якій може накопичуватися протягом тривалого періоду часу, слід розглядати як конкретний продукт з відповідними параметрами і характеристиками. Відповідно, якість освітньої діяльності може бути об'єктивно оцінена через відповідність параметрів і характеристик продукту освітньої діяльності вимогам і потребам споживачів.

3. Зміст основних стадій процесу відтворення людського капіталу (формування, залучення у сферу суспільного виробництва, використання), а також належність цього потенціалу і найманим працівникам, і роботодавцям, і працівникам державного сектору і тим, хто використовує у виробництві власну працю тощо, дозволяють з'ясувати суб'єктний склад процесу створення й споживання продукту освітньої діяльності. Класифікація суб'єктів процесу створення й споживання продукту освітньої діяльності, в свою чергу, є основою для визначення змісту потреб кожного суб'єкту, мотивів їх поведінки та вимоги до параметрів продукту освітньої діяльності.

4. Поділ людського капіталу на загальний та специфічний, що утворюється на конкретному робочій місці або при здійсненні певного виду діяльності, висуває специфічні вимоги до освітніх програм і змісту вмінь, навичок, компетенцій, які утворюються в процесі освітньої діяльності. Очевидно, що для забезпечення відповідності параметрів і характеристик продукту освітньої діяльності вимогам споживачів, разом із комплексом знань, вмінь, навичок

загального характеру, мають бути створені умови для якнайшвидшого створення специфічного капіталу.

5. Характеристика рівня професійної освіти як фактора здатності до роботи або зростання продуктивності працівника на конкретному робочому місці, а також теза, про те, що людській капітал набуває властивостей капіталу лише після допуску суб'єкта до робочого місця, свідчать, що якість продукту освітньої діяльності з позицій задоволення потреб споживача може бути визначеною лише після залучення його носія – людини – до процесу праці.

Нарешті, оцінка якості людського капіталу, рівня його відповідності вимогам роботодавця можлива через певний період часу – коли продуктивність робочого місця, на яке залучений людській капітал, досягне максимальної ефективності. Виходячи з цього, до основних елементів якості продукту освітньої діяльності слід віднести адаптаційну здатність фахівця. Під адаптаційною здатністю, на нашу думку, слід розуміти сукупність знань, вмінь, навиків, які у сполученні із особистісними якостями фахівця, дозволять йому у стислі терміни розкрити і пристосувати до умов нового робочого місця свої професійні, кваліфікаційні й інтелектуальні якості і забезпечити потрібний рівень продуктивності робочого місця.

Отже, поняття і положення теорії людського капіталу, можуть і мають бути підґрунтям для визначення особливостей змісту і завдань освітньої діяльності при розв'язанні проблеми формування економічної культури майбутнього фахівця.

УДК 331.2

*Рудь Ю.Л., ст.викладач кафедри менеджменту
Кременчуцький університет економіки,
інформаційних технологій і управління*

НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ: ГРЕЙДИНГ

У сучасних умовах нестабільної економіки, для забезпечення відповідного рівня кадрового складу підприємства необхідно створити відповідну систему оцінки результатів діяльності персоналу. Виходячи з цього, однією з головних проблем сучасних підприємств до цих пір залишаються тарифні сітки – система нарахування зарплат.

Слід зазначити, що даній проблемі велику увагу приділяли як вітчизняні, так і зарубіжні економісти, наукові діячі, такі як Гончаренко О., Травин В., Ст Дятлов В., Хендерсон Р. та інші, які акцентували увагу на чинниках оцінки посад, розподілі посад підприємства в порядку убування їх відносної важливості для організації. Проте питання обліку чинника цінності персоналу вивчалось фрагментарно. Тому в даний час є актуальним вивчення і виявлення особливостей нових тенденцій в системі управління персоналом – використання системи грейдів.

Оскільки система грейдів враховує не лише кількісні показники оцінки праці, але і якісні, такі як: рівень відповідальності, унікальність досвіду, знань і

навиків, результативність діяльності, вона є універсальною. Комплексне оцінювання професійного рівня співробітників підприємства – основне призначення даної системи оплати праці.

Метою роботи є аналіз системи оплати праці – системи грейдів, виявлення ряду переваг і стримуючих чинників для впровадження її на українських підприємствах.

Грейдинг – це, по-перше, метод створення універсальної ієрархії посад (рангів) для всього персоналу підприємства; по-друге, система оцінки, що дозволяє визначити прийнятні для всіх працівників рівні компенсації на основі зіставлення відносної цінності для підприємства різних ділянок роботи (посад)[6].

Система грейдів, або позиційних посад, представляє, по суті, корпоративний табель про ранги (КТР). Згідно КТР, кожен співробітник підприємства має свій ранг або грейд, відповідно до якого розраховується рівень його заробітної плати.

Особливість системи грейдів полягає в тому, що вона дозволяє легко оцінити і порівняти між собою будь-які посади, побудувати ієрархію посад за значимістю для підприємства і визначити оптимальний розмір винагороди.

Дана система оплати праці враховує багато особливостей співробітника, такі як професіоналізм, складність, відповідальність через основні цілі:

- 1) ранжирування посад по критерію значущості для підприємств в умовах нестабільної економіки;
- 2) побудова єдиної системи розвитку і винагороди співробітників.
- 3) розробка гнучкої і прозорої системи мотивації персоналу.

Для досягнення цілей система грейдів дозволяє створити ефективну організаційну структуру, порівняти рівень зарплат фахівців, побудувати посадову ієрархію підприємства, що спирається на гнучкий рівень зарплат.

Для аналізу цих особливостей автором була проведена порівняльна характеристика тарифної і систем оплати праці - грейдинг, узагальнені критерії оцінки праці, визначені позиції посад, аналіз якісного і кількісного складу персоналу компанії.

Необхідно відзначити також таку перевагу грейдингу як «вимір того, що не можна виміряти»: переведення нематеріального показника «цінність роботи співробітника» в грошовий еквівалент [4].

Аналізуючи використання системи грейдів на Україні необхідно відзначити, що окремі положення даної системи оплати праці використовують ПАТ «Перший Український міжнародний банк» (ПУМБ), Компанія мобільного зв'язку «УМС», ВАТ «Азовсталь», ВАТ «Полтавський ГЗК».

Для впровадження системи грейдів на українських підприємствах в умовах нестабільної економіки необхідно, по-перше, наявність чіткої і структурованої посадової інструкції – застава правильної розробки оцінної шкали і успішного впровадження грейдингу.

По-друге, проранжувати управлінські, професійні і технічні посади за допомогою експертних оцінок, при цьому впливає на результат діяльності підприємства.

По-третє, розробити соціальну політику підприємства, мотиваційні програми і програми кар'єрного зростання: зробити їх прозорими для всіх співробітників підприємства.

Впровадження системи грейдів на вітчизняних підприємствах дозволить ранжувати професійні рівні працівників, враховувати їх професіоналізм і сприяти ефективному використанню трудових ресурсів.

В результаті аналізу системи оплати праці – грейдинг виявлене, що дана система проста, прозора і заснована на стандартизації стартової заробітної плати, і сприяє підвищенню ефективності використання фонду оплати праці.

Впровадження та використання на українських підприємствах в умовах нестабільної економіки даної системи оплати - грейдинг дозволяє:

- 1) знизити витрати на оплату праці;
- 2) збільшити продуктивність праці;
- 3) збільшити ефективне використання трудових ресурсів.

За рахунок впровадження системи грейдів співробітники зможуть:

- 1) обіймати відповідні посади згідно професіональним характеристикам;
- 2) отримати винагороду за працю – залежно від рівня складності, відповідальності;
- 3) оцінити перспективи свого професійного і кар'єрного росту;
- 4) отримати можливість кар'єрного росту.

За підсумками проведеного дослідження необхідно відзначити, що нові тенденції в системі управління персоналом в умовах нестабільної економіки мають на рівні ряду переваг ряд стримуючих чинників:

По-перше, підприємства в Україні розвиваються динамічно, ніж на Заході, і нові посади з новими функціональними обов'язками з'являються на підприємствах набагато частіше, тоді як система грейдів розрахована на стабільнішу оргструктуру.

По-друге, розкид цін на українському ринку праці не завжди дозволяє встановити наскрізну «дельту» щодо зарплати для кожного грейду, примушуючи вносити корективи залежно від спеціалізації співробітника.

По-третє, проведення оцінки щодо посадових інструкцій може викликати кадрові проблеми. Працівнику властиво асоціювати себе з посадою, а при введенні грейдів може з'ясуватися, що компетенція працівника, яку він вважав важливою, неістотна з точки зору підприємства, що може привести до вибуття працівника з підприємства.

Проте, проаналізувавши особливості системи оплати праці: грейдинг, оцінивши її позитивні і негативні сторони, доцільно розширити сфери використання даного інструментарію на українських підприємствах. Дана система може бути застосовна як на великих, так і невеликих підприємствах всіх сфер діяльності і дозволить забезпечити об'єктивність оцінки посад (робіт), а, отже, і справедливості винагороди працівників, що є одним з основних вимог до систем оплати праці в ринкових умовах.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко А. Грейдуированная шкала. / А. Гончаренко // Бизнес. – 2005, № 49 – 57 с.

2. *Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: Учебник / [Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В., Баткаева И.А.] – М.: Инфра-М.- 2009. – 378 с.*
3. *Травин В.В. Менеджмент персонала предприятия: Учебно-практическое пособие. 3-е изд./ Травин В.В., Дятлов В.А. – М.: Дело, 2000. – 272 с.*
4. *Хендерсон Р.И. Компенсационный менеджмент. Стратегия и тактика формирования заработной платы и других выплат / Хендерсон Р.И. – Питер: 2004. – 880 с.*
5. *Чемяков В.П. Грейдинг / Чемяков В.П. – М.: Вершина. – 2008. - 253 с.*

УДК 331.522.4

*Седик І.О., студентка групи 5 МО (3),
Пасєка С.Р., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Ринкові перетворення і кризові явища викликали негативні тенденції у використанні трудових та інших ресурсів країни. Збереження і розвиток ресурсів праці є найвищим цільовим орієнтиром руху економіки України, що визначається посиленням їх ролі у створенні національного багатства. Разом з тим цей найцінніший фактор економічного і соціального зростання є обмеженим, причому в майбутньому його дефіцит буде зростати. Загальне скорочення населення, погіршення стану здоров'я всіх вікових груп, інтенсивне старіння населення, значне молодіжне безробіття, потужний відтік мігрантів, – все це загострює ситуацію на ринку праці і зумовлює необхідність ефективного використання наявного трудового потенціалу. Найбільш важливим елементом продуктивних сил і головним джерелом розвитку економіки є люди, тобто їхня майстерність, освіта, підготовка, мотивація діяльності. Тому потрібно розглядати не тільки взаємозв'язок кількісних та якісних характеристик кадрів підприємства, але, передусім, їхні потенційні можливості забезпечувати досягнення завдань перспективного розвитку.

У сучасній економічній літературі аналізу проблем формування, розвитку і використання трудового потенціалу приділяється багато уваги. В Україні проблемі трудового потенціалу присвятили наукові праці О.Амоша, С. Бандур, Д. Богиня, О.Грішнова, М. Долішній, А.Колот, Е.Лібанова, В.Новіков, О.Новікова, В.Онікієнко, І.Петрова, С. Пирожков, У.Садова, Л.Семів, М.Семикіна, Л.Шаульська та інші українські вчені. Але питання ефективного використання трудового потенціалу підприємств залишається актуальним і сьогодні.

Структуру трудового потенціалу Генкін Б.М. характеризує як набір складових. Його позиції поділяють інші вчені. Їх думки сходяться у тому, що трудовий потенціал визначається як система певних взаємопов'язаних підсистем. Здебільшого структура трудового потенціалу визначається у складі таких компонентів [1, с.121]:

- демографічні (характеризують кількісний стан і структуру трудового потенціалу) - статевовіковий склад населення, демографічне навантаження на працюючих, тенденції відтворення трудового потенціалу;

- економічні (показують характер використання трудового потенціалу) - тенденції зайнятості і безробіття, використання робочого часу, рівень міграційного руху;

- інтелектуальні (характеризують якісні характеристики трудового потенціалу, ступінь його відповідності потребам економіки і можливості його використання) - освітній рівень, напрямок професійної підготовки, розумові, творчі, підприємницькі здібності, професійний досвід, кваліфікація, здатність до інновацій;

- соціальні (характеризують можливості розвитку трудового потенціалу, особливості його використання в економіці) - комунікаційні навички, ціннісні і мотиваційні орієнтації, рівень соціальної захищеності, активність, моральність, загальна культура, релігійність, менталітет, рівень трудової, інноваційної активності;

- психофізіологічні (характеризують граничні межі реалізації трудового потенціалу) - стан здоров'я, працездатність, темперамент, відповідальність, наполегливість, психічні характеристики. Це трудовий потенціал суспільства, території, а трудовий потенціал кожної окремої людини формує трудовий потенціал підприємства.

Трудовий потенціал окремої людини можна оцінити кількісними і якісними показниками в розрізі визначених компонентів. Це:

- рівень здоров'я;
- професіоналізм, досвід, кваліфікація, ресурси робочого часу;
- освіченість, творчі й підприємницькі здібності, здатність до інновацій;
- моральність; мотивованість; відповідальність, вміння працювати в колективі, духовність, комунікабельність;
- працездатність, наполегливість, активність, організованість та ін.

Трудовий потенціал підприємства це гранична величина можливої участі працівників у виробництві з урахуванням їх психофізіологічних особливостей, рівня професіональних знань і накопиченого досвіду [2, с.165].

Іншими словами - це кадровий потенціал, який включає в себе ті ж складові, що і трудовий потенціал окремої людини, але в рамках колективу, об'єднаного спільними цілями і Якуба М.М. його представляє як потенційні можливості забезпечувати досягнення завдань перспективного розвитку [5, с.203].

Отже праця найманих працівників супроводжується створенням інтелектуальної власності підприємства, яка втілюється у вигляді бізнес-ідей, а також ділових зв'язків й особистого іміджу співробітників, що сприяє формуванню організаційної культури підприємства.

Розгортання наприкінці минулого століття інформаційної революції, яка принципово змінює сучасну економіку, спричинило загострення глобальної конкуренції на ринках наукомісткої продукції, а також нерівномірності темпів економічного зростання в окремих країнах. В інтелектуальній економіці відбувається заміщення праці знаннями, коли знання залучають до безпосереднього оброблення ресурсів, стають джерелом вартості.

Усі вони так чи інакше впливають на кадровий потенціал підприємств, але у даному випадку хотілося б наголосити на особливій ролі таких тенденцій, як:

- розширення "економіки знань" вільним доступом до інформації;
- посилення боротьби за талановитих фахівців.

Тому виважена кадрова політика має визначати генеральний напрямок і основу роботи з кадрами, загальні і специфічні вимоги до них. Вона розробляються власниками підприємства, вищим керівництвом, кадровою службою. Її основною метою має бути своєчасне забезпечення оптимального балансу процесів комплектування, збереження персоналу, його розвитку відповідно до потреб підприємства, вимог діючого законодавства та стану ринку праці; організації соціальної безпеки. Кадрова політика підприємства повинна ґрунтуватися на наступних принципах: справедливість, послідовність, дотримання трудового законодавства, рівність, відсутність дискримінації за віком, статтю, релігією, науковість, комплексність, системність і сприяти ефективному використанню трудового потенціалу підприємства.

Нова філософія ефективного використання трудового потенціалу повинна виходити з того, що кадрову політику організації необхідно реалізовувати у тісному зв'язку з діючим мотиваційним механізмом. Він, в свою чергу, має враховувати адміністративні, організаційні, економічні, соціально-психологічні методи впливу на персонал.

Адміністративні методи орієнтовані на такі мотиви поведінки як визнання необхідності трудової дисципліни, почуття відповідальності за довірену справу, прагнення працювати при певній організації, дотримуватись законодавства, культури виробничої діяльності, положень уставу, правил, держстандартів, тобто правових норм і актів, затверджених державними органами для обов'язкового виконання. Економічні методи засновані на використанні економічного механізму управління, матеріальних стимулах. Соціально-психологічні методи засновані на використанні моральних стимулів до праці та вплив на особистість за допомогою психологічних прийомів. Методи погодження інтересів (соціального партнерства) — засновані на принципах та механізмі їх дії і може бути представлений з позиції інтересів працівника та інтересів підприємства

Нова парадигма розвитку на перший план висуває не стільки нагромадження матеріальних благ, скільки розвиток людського потенціалу за умови збереження навколишнього середовища. Людину, її потреби та розвиток визнають основними передумовами прогресу, а отже, і змістом соціальної політики кожної держави. На перший план висувається спосіб ефективного використання наявного трудового потенціалу підприємства та передачі знань.

Список використаних джерел:

1. Генкин Б.М. Введение в метаэкономику и основания экономических наук: Курс лекций. – М.: Изд.группа НОРМА- ИНФРА-М, 2002.-367с. – Глава 4.
2. Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грішнова О. А., Керб Л. П. Управління трудовим потенціалом. - Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 403 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка. - К. : Центр навч. літ-ри, 2005 р.
4. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. / О.С. Федонін та ін. -К.: КНЕУ, 2003 р.
5. Якуба М.М., Павлюк У.В., - Кадровий потенціал як ключовий елемент потенціалу підприємства в умовах глобалізації.- Збірник науково-технічних праць,- НЛТУ- м. Львів, 2009р.

ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маркетингові менеджери повинні вибрати комплекс засобів Виходячи з визначення сутності комунікації, її ролі можна зробити висновок, що в керуванні підприємством діє система комунікацій - сукупність елементів, яка безпосередньо пов'язана з цілями, функціями і організаційною структурою підприємства, напрямками інформаційних потоків, технологією їх передачі, розробкою комунікаційних стратегій в управлінні.

Такою системою буде слугувати маркетингова система комунікацій. За твердженням Г. Армстронга «Маркетинг. Загальний курс» процес передачі економічної інформації, яка циркулює від однієї частини економічної системи до іншої, між економічною, політичною і суспільною системами, а також між суспільними групами та індивідами, називається системою маркетингових комунікацій.

Таке твердження-характеристика маркетингових комунікацій розкриває їх глобальний зміст, але не дає характеристики робочого механізму досягнення мети. Воно є правильним для дослідження суспільства в цілому, але для конкретного підприємства як складової частини суспільства пропонуємо наступне твердження.

Система маркетингових комунікацій являє собою діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання і нагадування споживачам про свої товари, стимулювання їхнього збуту і створення позитивного іміджу фірми.

Маркетингові комунікації є життєво необхідними джерелами існування економічної системи взагалі і підприємства конкретно.

Економічний аналіз повинен враховувати проблеми інформації та маркетингової комунікації з іншими проблемами, як це робиться в межах функціональної концепції дослідження економічної сфери суспільства.

Кожна економічна система розгортає власну мережу маркетингової комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається паралельно з економічними та політичними структурами. Але існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства і рівнем розвитку структур маркетингової комунікації. Останній визначається як технічним рівнем передачі інформації, так і базовою ідеологією економічної системи.

Маркетингові комунікації варто розглядати як управління процесом просування товару на всіх етапах – перед продажем, у момент продажу, під час споживання, після споживання. Для найбільшої ефективності, комунікаційні програми необхідно розробляти спеціально для кожного сегменту, ринкової ніші і навіть окремих клієнтів. При цьому дуже важливий як прямий, так і зворотній зв'язок між фірмою і клієнтами. Таким чином, першим етапом комунікаційного процесу є аудит усіх потенційних можливостей взаємодії

компанії і її продукту з клієнтами. Неважливо, що збирається купувати споживач, але, насамперед йому необхідно вивчити рекламні проспекти, порадитись з компетентними особами, послухати радіо або подивитися телевізор.

В соціальному аспекті на рівні організації комунікація виконує інформаційну, командну, інтеграційну та переконуючу роль. Усередині підприємства первинну роль відіграє ієрархічний розподіл повноважень між працівниками, який формує певні потреби у комунікаціях, спільність і двобічність намірів працівників, особливості правил комунікації.

Основними інструментами маркетингових комунікацій слугують реклама, персональні продажі, комплекс стимулювання збуту, пропаганда, “паблік рілейшнз”, які є складовими частинами комплексу маркетингових комунікацій, стислі характеристики кожної з них.

Реклама – будь-яка платна неособиста форма поширення інформації про фірму і її товар.

Персональні продажі – усне уявлення товару в ході бесіди з одним або декількома потенційними покупцями заради продажу товару.

Комплекс стимулювання збуту – короткочасні примусові заходи заохочення споживачів до покупки, знижки в ціні, розпродажі, лотереї, тощо.

Пропаганда – будь-яка безкоштовна особиста форма поширення інформації про фірму і її товар.

“Паблік рілейшнз” – діяльність людини або групи людей, спрямована на формування позитивного іміджу фірми у громадськості за допомогою засобів масової інформації.

Отже, кожна зі складових системи маркетингової комунікації має свої особливості, але усі вони доповнюють один одного, створюючи єдиний комплекс, тобто повинні формуватись у відповідності до законів системності, що забезпечить прояв ефекту емерджентності.

Список використаних джерел:

1. Армстронг Г., Котлер Ф. *Маркетинг. Загальний курс, 5-те видання. Пер. з англ.: Уч. Пос.* – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с.
2. Багиев Г.Л. *Международный маркетинг / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С.В. Никифорова – СПб.: Питер. - 2001.*
3. Басовский Л. Е. *Маркетинг/ Уч. пособие – М.: Инфра-М, 2001. – 134 с.*

УДК 336

Удод М.М., студент гр.б-МОз

Куценко М.О., ст.викладач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького

ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Виробництво кожної країни і кожної галузі залежить від ряду факторів. Такими факторами є кадри, праця й оплати праці. Кадри найбільш коштовна і важлива частина продуктивних сил суспільства. У цілому ефективність виробництва залежить від кваліфікації робітників, їхні розміщення і

використання, що впливає на обсяг і темпи приросту вироблюваної продукції, використання матеріально-технічних засобів. Те чи інше використання кадрів прямим образом зв'язано зі зміною показника продуктивності праці. Ріст цього показника є найважливішою умовою розвитку продуктивних сил країни і головним джерелом росту національного доходу. На ріст продуктивності праці впливає існуюча в кожен момент часу система оплати праці, тому що оплата є стимулюючим чинником для росту кваліфікації праці, підвищення технічного рівня виконаної роботи.

Постійна увага до підвищення продуктивності праці з боку підприємств може стати тим фактором, який забезпечить їм підтримку високого рівня конкурентоспроможності.

Дослідивши питання продуктивності праці на підприємстві ТОВ «Українське борошно» можна зробити висновки, що для її підвищення необхідно провести ряд заходів, першочергові з них розглянемо нижче.

Техніко-виробнича база підприємства ТОВ «Українське борошно» дозволяє йому працювати на рівні з вітчизняними конкурентами. Обладнання, яке використовується на підприємстві, дозволяє виробляти якісну продукцію, але в той же час потребує оновлення, бо радикальне збільшення продуктивності праці можливе лише при впровадженні нових технологій і обладнання.

Зростанню продуктивності діючого устаткування сприяють належна організація ремонтно-технічного обслуговування, оптимальні строки експлуатації, забезпечення необхідної пропорційності в пропускній спроможності технологічно зв'язаних його груп (одиниць), чітке планування завантаження у часі, підвищення змінності роботи, скорочення внутрішніх витрат робочого часу, тощо.

Що стосується ремонтно-технічного обслуговування, то для його покращення необхідно запровадити зміни в системі преміювання працівників цієї сфери.

На сьогодні система преміювання не сприяє швидкому ремонту обладнання. Необхідно щомісяця видавати премію. За кожен час простою обладнання знімати певну суму. Це зацікавить працівників ремонтної служби робити швидкий та якісний ремонт та здійснювати профілактику під час вихідних. За даними попередньої експертної оцінки співвідношення трудових зусиль, необхідних для досягнення зазначених показників, становить 0,5:0,3:0,2. На поточне преміювання цих трьох показників виділяється сума, що становить 30% від фонду оплати праці зазначених категорій персоналу, який дорівнює 12 000 гривень.

Протягом розрахункового періоду передбачено підвищити продуктивність праці на 5% і знизити собівартість товарної продукції на 0,8%. За таких вихідних даних послідовність і конкретний зміст розрахунків мають бути такими:

1) загальна абсолютна сума на поточне преміювання –

$$S_{np}^a = 12000 \times \frac{30}{100} = 3600 \text{ грн.};$$

2) абсолютна сума премії за досягнення основних показників преміювання:

- виконання плану поставки продукції –

$$S_{np/enn}^a = 3600 \times 0,5 = 1800 \text{ грн.};$$

- підвищення продуктивності праці –

$$S_{np/nnn}^a = 3600 \times 0,3 = 1080 \text{ грн.};$$

- зниження собівартості продукції –

$$S_{np/zcn}^a = 3600 \times 0,2 = 720 \text{ грн.};$$

3) відносний розмір премії (відсоток до посадового окладу) за:

- виконання плану поставки продукції на 100% -

$$S_{np/enn}^s = \frac{1800}{12000} \times 100 = 15\%;$$

- один відсоток підвищення продуктивності праці –

$$S_{np/nnn}^s = \frac{1800}{12000 \times 5} \times 100 = 1,8\%;$$

- одну десяту відсотка зниження собівартості товарної продукції –

$$S_{np/zcn}^s = \frac{1800}{12000 \times 0,8} \times 100 = 0,75\%;$$

Наступним актуальним кроком щодо підвищення продуктивності повинні стати заходи по скороченню допоміжних затрат часу за рахунок впровадження засобів малої механізації та механізації допоміжних робіт. За рахунок цього резерву в цехах зменшиться кількість робітників-погодинників, зайнятих допоміжними роботами, і збільшилась чисельність робочих-відрядників, що також буде сприяти підвищенню продуктивності праці.

Поряд з неухильним скороченням затрат праці на виготовлення одиниці продукції, важливим резервом росту продуктивності праці є раціональне повне використання фонду робочого часу. Резерви цього фонду відображаються в скороченні невходів робітників (премія за відвідування), простоїв і витрат робочого часу.

Для зростання продуктивності праці достатньо перспективними стають і більш досконалі методи роботи в умовах переважання трудомістких процесів. Наукова організація роботи у всіх підрозділах підприємства мусить зробити ручну працю більш продуктивною за рахунок удосконалення способів використання трудових операцій, застосовуваних механізмів та інструментів організації робочих місць. Для удосконалення методів праці на підприємстві дуже важливим є постійний аналіз трудових операцій і використання робочого часу, систематична атестація робочих місць, нагромадження і використання нагромадженого на інших споріднених підприємствах позитивного досвіду, організація навчання різних категорій працівників прогресивним приймам праці, усунення непотрібної (зайвої) роботи і виконання корисної з меншими витратами часу, сили і коштів.

Також доцільно удосконалити систему матеріального стимулювання на підприємстві. Для покращення системи стимулювання необхідно:

- визначити, за які показники праці працівник може отримати премію;

- спробувати спочатку впровадити систему преміювання на тимчасовій виробничій програмі, а потім оцінити результати і поступово вдосконалювати систему;

- залучити працівників до розроблення системи преміювання, щоб вони знали, чого від них очікують і за що їм виплачують премію;

- формулювати умови преміювання так, щоб робітник знав наперед суму премії та за що вона буде виплачена;

- виплачувати премію/винагороду якомога швидше після того, як працівник виконав відповідні вимоги;

- перевіряти, чи пов'язане преміювання з результатами роботи працівника, які залежать від нього.

Поряд із матеріальною мотивацією необхідно використовувати і різні форми нематеріального заохочення, які не потребують великих витрат, але справляють значний вплив на працівників:

- особисто подякувати працівникам за добру роботу під час бесіди або ж у письмовій формі, чи використовувати обидва варіанти. Робити це треба зразу, якомога частіше, та обов'язково щиро;

- керівництву завжди знаходити час для зустрічі з працівниками, для виявлення проблем та їх вирішення;

- докладати усіх зусиль, щоб зробити робочу обстановку відкритою, довірливою і невимушеною;

- заохочувати нові ідеї та ініціативи;

- інформувати працівників про вироблену продукцію, послуги і стратегію діяльності, про те, як компанія заробляє, і на чому втрачає гроші, про внесок кожного працівника у загальну справу;

- залучати працівників до процесу прийняття рішень, особливо тих, які стосуються їх самих;

- зробити так, щоб кожен працівник ставився до загальної справи як до своєї власної;

- установити партнерські відносини з кожним працівником, надавати людям можливість зростати й освоювати нові види діяльності;

- відзначати успіхи компанії, відділу, кожної окремої людини;

- зробити результат роботи головним критерієм оцінки, винагороди і просування людей.

Наведені заходи будуть сприяти підвищенню продуктивності праці на ТОВ «Українське борошно», але можуть мати практичну цінність і для більшості українських підприємств, так як питання забезпечення конкурентоспроможними для них є дуже важливими в ринкових умовах функціонування .

Список використаних джерел:

1. Ефремов Н.К. Стратегическое планирование деятельности предприятия // Проблемы теории и практики управления. - 2000. - №11. — С. 12-19.

2. Грецак М.Г. Внутрішній економічний механізм підприємства: Навч. посібник – к.: КНЕУ, 2001. – 228с.

3. Царенко О.М. Економічний аналіз діяльності підприємств агропромислового комплексу: Навч.посібник.-К.: Вища школа,2008. – 344с.

*Файвішенко Д.С., к.е.н., ст. викладач
Донецький національний університет
економіки і торгівлі імені Туган-Барановського*

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ БРЕНДИНГОМ: ОСНОВНІ ВЛАСТИВОСТІ

Сьогодні маркетингова діяльність набуває стрімкий розвиток, особливо у розрізі вивчення основних її складових. Так, на сучасному етапі розвитку, саме бренди відіграють важливу роль у бізнесі та представляють собою найцінніший актив багатьох компаній.

Брендинг як процес управління брендом є важливим чинником формування кола лояльних споживачів, забезпечує зміцнення ринкових позицій, стійкість грошових потоків, збільшення вартості бізнесу.

Сучасний стан господарювання зумовлює посилення диференціації продуктів та ринків, формування сильного бренду, що на сьогодні виступає ефективним засобом одержання конкурентних переваг підприємства на ринку.

Особливу актуальність набуває визначення властивостей брендингу як управлінського процесу, що дозволяє виділити наступні характерні властивості: динамічність, стійкість, безперервність, сувору послідовність етапів і основних груп операцій, циклічність, дискретність брендингу.

Це розширює теоретичні основи наукової організації брендингу на підприємстві.

Теоретичні та методичні аспекти управління брендингом досліджувались у працях відомих вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: Д. Аакера, О. Азарян, А. Байлера, А. Елвуда, Ж. Капферера, О. Кендюхова, С. та інших, [1, 2].

Але особливості властивостей управління брендингом розроблено науковцями не повною мірою. З поля зору дослідників випав такий важливий аспект, як деталізація та розкриття основних напрямів властивостей брендингу.

Брендинг як цілеспрямований процес створення та управління цінностями торговельної марки має ряд характеристик, кожна з яких відіграє важливу і своєрідну роль у формуванні і розвитку бренду. Аналіз цього процесу дозволяє виділити наступні характерні властивості брендингу:

1. Динамічність, що виявляється в постійній зміні процесу брендингу за його спрямованістю на цільову аудиторію, вибором інструментів маркетингових комунікацій, характером позиціонування, активності персоналу, оперативності рішень. Брендінг має різну цільову спрямованість залежно від цільової аудиторії і запланованої функціональної структури бренду. Крім того, він постійно змінює силу і засоби впливу на цільову аудиторію, знаходячи слабкі місця в її свідомості, а також під час зміни зовнішніх умов. Залежно від специфіки розв'язуваної проблеми (наприклад, розширення своєї частки ринку або її захист від конкурентів) брендінг по-різному протікає по етапах і окремих операціях.

Властивість динамічності певною мірою визначає оперативність брендингу, що дуже важливо в умовах інтенсивної диференціації продуктів і

ринків. Звичайно, така динамічність має свої межі, чому сприяє інша властивість брендингу – стійкість.

2. Стійкість проявляється у виникненні в процесі брендингу та відповідному закріпленні певних форм і процедур його протікання. Це виражається, наприклад, в організаційному закріпленні варіантів розподілу праці щодо створення, впровадження на ринок, просування, підтримки і розширення бренду, структури системи управління брендом (брендами), встановлення зв'язку між її ланками і служить організуючим фактором процесу брендингу.

3. Безперервність відображає необхідність постійності брендингу в ході функціонування підприємства на ринку. Ця властивість по-різному проявляється в залежності від маркетингової стратегії підприємства або виду бренду (індивідуальний, груповий, зонтичний). Тільки безперервність брендингу може забезпечити ефективне існування бренду, продовжуючи до нескінченності його життєвий цикл (наприклад, Coca-Cola). Брендинг повинен бути передовим кордоном маркетингової діяльності підприємства. У цьому запорука своєчасності, а отже, і ефективності впливу на споживчий вибір.

Навіть після сформованого бренду він потребує постійного оновлення, викликаного необхідністю ринкової середовища серед споживчого попиту, характеризуючи брендинг як організований безперервний процес сегментування і позиціонування [3, с. 96].

4. Суворі послідовність етапів і основних груп операцій. Як правило, процес брендингу стає менш ефективним, якщо під час його здійснення не дотримується певна послідовність або не виконуються деякі його етапи чи групи операцій. Нерідко рішення про виведення на ринок нової торговельної марки розробляється без повного врахування чинників, що впливають на споживчий вибір, і якісного оцінювання конкурентного середовища. Такий підхід аналізу ринку проводиться фрагментарно, що призводить до прийняття помилкових рішень. Можливі й інші крайнощі, коли рішення про концепцію бренду, способи виведення його на ринок, засоби маркетингових комунікацій приймаються на ситуаційній основі, без чіткого уявлення кінцевих цілей впровадження цього бренду на ринок.

5. Циклічність виявляється в закономірному повторенні окремих функцій брендингу, що реалізуються на його різних етапах: розробки, впровадження, розширення і підтримки. Так, наприклад, на етапі підтримки періодично повторюється реалізація іміджевої та нагадувальної функцій.

6. Дискретність брендингу виявляється в тому, що процес брендингу протікає нерівномірно, на початку немов накопичуючи потенціал впливу на цільову аудиторію у вигляді результатів попередньої глибокої аналітичної роботи, а потім вже переходячи до активних дій безпосередньо на ринку.

Розуміння особливостей і основних властивостей процесу брендингу має велике значення для забезпечення його ефективності.

Процес брендингу як створення функціональної цінності дозволяє досягти чіткого взаємозв'язку між споживачами, які належать до певної цільової групи, на яку спрямований цей процес. У сучасному бізнесі кожна компанія, що бажає

отримати ринкові переваги за рахунок брендингу, повинна бути готова до відповідальності та використання основних властивостей маркетингової діяльності.

Список використаних джерел:

1. Аакер Д. Стратегия управления портфелем брендов / Д. Аакер; пер. с англ. Т.В. Виноградовой; под ред. и с предисл. С.Г. Божук. – М.: Эксмо, 2008. – 320 с. – (Серия: «Прицельный маркетинг»).
2. Азарян О.М. Шляхи підвищення ефективності розвитку підприємств у роздрібній торгівлі / О.М. Азарян, В.О. Соболев // Вісник ДонНУЕТ. – 2008. – № 3 (39). – Серія: «Економічні науки». – С. 175-180.
3. ЛеПла Ф. Дж. Интегрированный брендинг / Ф. Дж. ЛеПла, Л.М. Паркер ; пер. с англ. ; под ред. С.Г. Божук. – СПб. : Изд. дом «Нева»; М. : «ОЛМА_ПРЕСС Инвест», 2003. – 320 с.

УДК 331

*Хижняк О.О., студент групи 5-МОз,
Пасєка С.Р. к.е.н, доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького*

МОТИВАЦІЯ, СТИМУЛЮВАННЯ Й ОЦІНКА ПЕРСОНАЛУ В СИСТЕМІ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ

Пошуки шляхів економічного піднесення вітчизняної економіки потребує усвідомлення того факту, що на початку ХХІ ст. праця, як ніколи раніше, стала об'єктом конкурентних відносин. Формування ринкових відносин в Україні потребує нових методологічних підходів до проблеми більш повного використання людського фактора шляхом активізації діяльності працівників, створення дієвих мотивів і стимулів у механізмі господарювання. Вивчення мотивації дозволяє зрозуміти, що змушує людей працювати, що впливає на вибір ними способу дії і чому вони дотримують його протягом деякого часу. Різні вчені по-різному трактують поняття мотивації.

Мескон М.Х. інтерпретує мотивацію як процес спонукування, стимулювання себе чи інших (окремої людини чи груп людей) до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети або мети організації. З вітчизняних науковців дану думку підтримує Рудінська О.В.

Гріфін Р. трактує мотивацію, як сукупність чинників, які зумовлюють поведінку людини.

Осовська Г.В. визначає мотивацію як сили, що існують усередині чи поза людиною, що збуджують у ній ентузіазм і завзятість у виконанні визначених дій.

Ми визначаємо мотивацію як готовність індивіда докладати максимум зусиль для досягнення цілей організації за умови, що ці зусилля зможуть забезпечити йому задоволення певної особистої потреби. Недостатня мотивація в сучасних умовах часто стає обмежуючим фактором, що не дозволяє підприємствам реалізувати свої потенційні можливості, а на практиці це призводить до масового відчуження людей від результатів трудової діяльності, зниження суспільної активності виконавців, знеособленості, утриманства та зрівнялівки.

На нинішньому етапі реформування суспільства в Україні проблема мотивації поведінки й діяльності особистості набула важливого значення, тому що вирішення завдань, які постають перед суспільством, залежать від людини,

головним елементом дії якої є її мотивація. Нові форми господарської діяльності й власності надають широкі можливості для формування і практичного використання різних мотивів та стимулів з метою підвищення продуктивності праці персоналу.

Сучасний етап економічного розвитку України вимагає вирішення практичних завдань управління трудовою діяльністю персоналу підприємства шляхом застосування нових соціально-економічних методів мотивації праці, які надали б змогу підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати. Але наукове опрацювання цього завдання залишається недостатнім, і особливо, щодо питань створення комплексної системи мотивації праці працівників виробничих підприємств.

Наявність у працівників належної професійної підготовки, навичок, досвіду не гарантує високої ефективності праці. Рушійною силою активної трудової діяльності працівників є мотивація. Мотивація працівників впливає на їх продуктивність, і частина роботи керівника саме і полягає в тому, щоб направити мотивацію на досягнення організаційних цілей. Вивчення мотивації дозволяє зрозуміти, що змушує людей працювати, що впливає на вибір ними способу дії і чому вони дотримують його протягом деякого часу.

Особливу актуальність набуває створення науково обґрунтованого механізму мотивації праці персоналу підприємства, який би зміг за допомогою дійових важелів і стимулів підвищити зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, розвинути їх конкурентну спроможність, забезпечити якісне оновлення трудового менталітету.

Завдання мотивації у сфері праці в нових умовах багатократно ускладнюються: виявляється недостатнім та обмеженим спонукати працівника до зростання продуктивності праці. Виникає гостра потреба у мотивації працівників до постійного професійного вдосконалення, опанування новітніми знаннями, необхідністю у мотивації до праці, результатом якої стають нові послуги, товари, що користуються попитом на ринку і мають конкурентні переваги.

Існуюча теорія і практика мотивації у сфері праці не дозволяє досягти комплексного вирішення завдань високого рівня на сучасному етапі розвитку економіки України. В умовах формування конкурентного середовища й посилення глобалізації економічна наука стоїть перед необхідністю зміни парадигми мотивації праці.

Аналізуючи вітчизняну та світову практику у сфері мотивування персоналу, відзначено, що існує безліч способів впливу на мотивацію конкурентної людини, до того ж кількість їх постійно збільшується. Варто зауважити, що способи забезпечення ефективного впливу на мотивацію трудової діяльності не є сталими. Більше того, той самий чинник, який сьогодні мотивує конкретну людину до інтенсивної ефективної праці, завтра може сприяти зниженню мотиваційних настанов. Це ще один доказ принципової важливості вивчення потреб людини, її настанов, бажань, пріоритетів для розробки дійових заходів впливу на поведінку кожного працівника.

В процесі дослідження з'ясовано, що мотивація трудової діяльності не може бути дійовою без застосування сучасних форм і методів матеріального стимулювання та оцінювання персоналу. Специфіка стимулів у тому, що самі по собі вони не можуть викликати визначений вид діяльності, вони можуть лише виконувати роль “каталізатора” активності працівників, спрямованість якої вже буде визначатися внутрішньою мотиваційною структурою особистості. Стимули ефективні лише в тому випадку, якщо вони здатні викликати реакцію з боку людини.

Процес використання різних стимулів для мотивування людей називається процесом стимулювання. В практиці керування однією з найпоширеніших його форм є матеріальне стимулювання. Підвищення трудових і статусних мотивів, що спостерігається нині, не означає абсолютного зниження ролі матеріальних стимулів. Вони, як і раніше, залишаються важливим каталізатором, здатним суттєво підвищити трудову активність та сприяти досягненню високих результатів індивідуальної та колективної діяльності. Стимулювання має різні форми. Однак дуже важливо враховувати ситуацію, при якій матеріальне стимулювання здійснюється, і намагатися уникати перебільшення його можливостей, тому що людина має дуже складну і не однозначну систему потреб, інтересів, пріоритетів і цілей.

Важливою умовою підвищення трудової активності персоналу є обов'язкова, постійна й регулярна оцінка персоналу, відповідно до встановлених для кожного його працівника системи критеріїв. Вона допомагає формувати інформаційну базу, корисну для прийняття та корекції управлінських рішень. Оцінювання персоналу полягає у визначенні того, якою мірою кожний працівник досягає очікуваних результатів праці й відповідає тим вимогам, які впливають з його виробничих завдань.

Впровадження оцінки персоналу дозволить дати рекомендації по самовдосконаленню працівника, плануванню його ділової кар'єри, розвитку професійної майстерності, а також передбачає раціональне розміщення й використання працівників, зарахування в резерв на керівні посади тощо.

Основними напрямками нематеріальної мотивації повинно бути вдосконалення якості трудового життя та формування й підтримання на задовільному рівні корпоративного духу. Якщо створення сприятливих умов праці, вдосконалення її змістовності та раціоналізація використання робочого часу є досить розповсюдженим, то до створення філософії підприємства, визначення норм ділових стосунків та формування корпоративної культури власники та менеджери часто ставляться з деяким скепсисом. Між тим створений культурний простір з характерним лише для нього індивідуальним колоритом може сприяти піднесенню підприємства.

Важливою умовою ефективного керування персоналом є визначення, аналіз у динаміці домінуючих трудових цінностей працівників; аналіз соціальної структури колективу; визначення ступеня мотивації кожного працівника. Визначення пріоритетних цінностей працівників, цілеспрямований вплив на них з метою задоволення потреб працівників, аналіз

отриманих результатів дозволить істотно підвищити рівень мотивації працівників, продуктивність їх праці.

Аналіз соціальної структури колективу, урахування ознак класифікації, таких як стать, вік, освіта, національність, стаж роботи працівника, при формуванні трудового колективу дозволить створити сприятливий мікроклімат, необхідний для ефективної роботи персоналу. Визначення ступеня мотивації кожного працівника дозволить визначити індивідуальні методи його стимулювання: матеріальне, моральне стимулювання, примус, самомотивація та вирішити питання подальшого співробітництва.

Список використаних джерел:

1. Мотивація персоналу: Підручник/ Колод А.М. – К.: КНЕУ, 2002р. – 337с.
2. Управління персоналом: Навч. посібник./ Крушельницька О.В., Мельничук Д.Г. – К.: Кондор, 2003р. – 296с.
3. Ліфінцев Д.С. Вплив корпоративної культури на мотивацію персоналу. // Актуальні проблеми економіки. – 2006р. - №2(56) – С.154-157.
4. Мотивація і стимулювання персоналу./<http://edu.meta.ua/>

УДК 336

Ярова М., студентка 4 МО

*Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім.Б.Хмельницького*

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК ІНСТРУМЕНТ УДОСКОНАЛЕННЯ ЇХ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Нові умови господарювання, динамізм і невизначеність зовнішніх умов, підвищення освітнього рівня персоналу, зміна мотивації працівників вимагають розвитку організаційної культури у всьому її розмаїтті. В останні роки спостерігається хвиля наукового та практичного інтересу до феномена організаційної культури. Організаційна культура розглядається як потужний стратегічний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи організації та окремих осіб на загальні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників, забезпечувати відданість підприємству, полегшувати спілкування.

Учені констатують, що на підприємствах, де сформована розвинена організаційна культура, панують позитивні організаційні цінності, значно легше розв'язують проблеми виживання підприємства й одночасно – проблеми збереження та розвитку трудового потенціалу.

У нашій державі наразі триває активний процес становлення підприємництва, але нові підприємства орієнтовані, в більшості, на швидке збагачення та «одноденне» функціонування, а не на міцні довготривалі відносини на ринку. Виникає необхідність вивчення всіх можливих інструментів для забезпечення тривалої роботи підприємства.

Внутрішнє середовище підприємства є джерелом його ефективного функціонування, оскільки включає потенціал розвитку на певному проміжку часу, і включає такі основні аспекти [3, с.170]:

– кадровий потенціал який охоплює такі процеси, як: взаємодія менеджерів і робітників; наймання, навчання і кар'єрне зростання кадрів;

оцінка результатів праці і стимулювання; створення і підтримка взаємовідношення між працівниками і т. п.;

- організаційний потенціал включає: комунікаційні процеси; організаційні структури; норми, правила, процедури; розподіл прав і відповідальності; ієрархію підпорядкування;

- виробничий потенціал включає різні характеристики процесів виробництва продукції, постачання і ведення складського господарства; обслуговування технологічного парку; здійснення досліджень і розробок;

- маркетинговий потенціал охоплює ті процеси, що пов'язані з реалізацією продукції: ціноутворення, просування продукту на ринку, вибір ринків збуту і систем розподілу;

- фінансовий потенціал включає процеси, пов'язані із забезпеченням ефективного використання і руху грошових коштів підприємства, ліквідності, прибутковості, створення інвестиційних можливостей і т. п..

Внутрішнє середовище залежить від рівня організаційної культури, яка повинна бути проаналізована в процесі дослідження внутрішнього середовища підприємства. Організаційна культура — це сформована впродовж всієї історії організації сукупність прийомів та правил адаптації організації до вимог зовнішнього середовища і формування внутрішніх відносин між групами працівників. Організаційна культура концентрує політику та ідеологію життєдіяльності організації, систему її пріоритетів, критерії мотивації та розподілу влади, характеристику соціальних цінностей та норм поведінки. Елементи організаційної культури є орієнтиром в ухваленні керівництвом організації управлінських рішень, налагодженні контролю за поведінкою та взаєминами співробітників у процесі оцінювання виробничих, господарських та соціальних ситуацій [2, с.256].

Суттєве значення має аналіз організаційної культури для стратегічного управління, оскільки вона визначає взаємодію підприємства та впливає на взаємозв'язок з зовнішнім оточенням.

Аналізувати організаційну культуру можна за рахунок проведення маркетингових досліджень внутрішнього середовища підприємства, тобто систематичному зборі, зведенні, класифікації, групуванні, узагальненні, аналізі та презентації інформації про досліджуване середовище в цілому і про його окремі елементи для прийняття ефективних управлінських рішень та забезпечення ефективності ринкової діяльності суб'єктів господарювання.

Запорукою довгострокової роботи підприємства на ринку є постійне удосконалення досліджень внутрішнього середовища підприємства та своєчасне вживання необхідних заходів за результатами дослідження.

Оскільки малі підприємства не можуть забезпечити собі отримання більших прибутків за рахунок розширення виробництва, вони повинні максимально ефективно використовувати наявний потенціал та ресурси. Умовою їх ефективного використання є акцент на досягненні стабільності внутрішнього середовища підприємства, що забезпечить підтримку організаційної культури, вивчення мотивів працівників та підтримку стабільних соціально-трудових відносин на підприємстві.

Отже, основними інструментами маркетингових досліджень внутрішнього середовища малих підприємств можна запропонувати: проведення атестації персоналу, сутність якої полягає в тому, що на працівника, який підлягає атестації, складається характеристика, де дається всебічна й об'єктивна оцінка результатів його праці з урахуванням функціональних обов'язків, досвіду роботи, професійної компетентності, а також висловлюються необхідні рекомендації щодо підвищення ефективності його роботи. Основним завданням атестації є оцінка професійної кваліфікації і ділових якостей працівника на основі об'єктивних, обґрунтованих критеріїв, виходячи з результатів його роботи, з метою визначення можливостей професійного і посадового росту [1, с.111].

Для визначення рівня довіри працівників до керівництва, ступеня задоволеності ними своєю роботою та дослідження соціально-трудоових проблем роботи підприємства можна запропонувати проведення регулярних анонімних анкетувань з висвітленням необхідних питань, аналіз результатів яких допоможе сформувати тісні довготривалі стосунки між працівниками та керівництвом, що стане запорукою мінімальної плинності кадрів та високої результативності праці.

Підсумовуючи, зазначимо, що якісно сформована та запроваджена організаційна культура є однією з тих потужних сил, що забезпечують довготривале функціонування підприємства на ринку, робить його соціально відповідальним та конкурентоспроможним в сучасних динамічних ринкових умовах, а отже, привабливим для працівників, які орієнтовані на довготривалу роботу в організації, тим самим забезпечуючи їй мінімальну плинність кадрів та орієнтацію на якісне досягнення результату, що надзвичайно важливо для малих підприємств, які не мають коштів на негайне впровадження найновіших технологій, що могло б забезпечити їм лідерство та надійне закріплення в певній ринковій ніші на тривалий термін. Тому прийшов час для зміни пріоритетів і впровадження грамотного стратегічного соціально орієнтованого управління, а отже, розробки та впровадження нових властивостей ведення бізнесу, і організаційна культура – це саме те, на чому слід робити першочерговий акцент.

Список використаних джерел:

1. Котуранова Т. В., Мельник О. О. Проблеми та перспективи застосування маркетингових досліджень в Україні // Збірник наукових праць "Вісник Придніпровської державної академії будівництва та архітектури". – 2011. – №6-7. – С.110-111
2. Слабко Я.Я. Соціологічне дослідження рівня організаційної культури промислових підприємств придніпровського регіону / Я.Я.Слабко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: Міжвузівський збірник наукових праць. – 2010. - №44. – С. 256-262
3. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект – К., М., Спб. : «Вільямс», 1998. – 262 с.

СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

УДК 334.012.34

*Андріяко Ю.В., к.е.н., проф.,
завідувач кафедри економіки підприємства, обліку та аудиту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАХИСТУ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ ВІД НЕДРУЖНЬОГО ПОГЛИНАННЯ: МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

У процесі приватизації в Україні, що відбувалася переважно у формі акціонування державних і муніципальних підприємств, відбувся перерозподіл власності управління.

Нові власники зіштовхнулися з проблемою формування такої системи управління, яка б урахувала інтереси власників-власників акцій, менеджерів і найманого персоналу. На практиці виникла необхідність обирати стратегію розвитку кожного акціонерного товариства й погоджувати інтереси його учасників.

Умови ведення бізнесу в сучасних умовах такі, що підприємство, що перейшло в приватні руки в ході приватизації, несе на собі значні ризики ворожого поглинання. Недружні поглинання в цей час користуються широкою популярністю. У процесі своєї діяльності жодне акціонерне товариство не застраховане від втягування в корпоративний конфлікт. Причиною таких конфліктів є боротьба інвесторів за контроль над акціонерним товариством, протиріччя між інтересами великих і дрібних акціонерів, акціонерів і менеджменту товариства.

На практиці корпоративні конфлікти приймають різноманітні форми, завдають серйозної шкоди інтересам акціонерного товариства й акціонерів.

Стати об'єктом поглинання ризикує безліч підприємств. Справа в тому, що здійснити поглинання іноді можна, навіть не будучи скільки-небудь великим акціонером або кредитором. Останні голосні приклади поглинань чітко показали, що перешкод для використання інструмента, що прийнято ємко йменувати "адміністративним ресурсом" практично не існує.

Тому об'єктивно необхідним стає формування стратегії захисту акціонерних товариств від недружнього поглинання.

Для акціонерного товариства розробка стратегії захисту є одним з головних напрямків стратегічного управління, що ґрунтується на точному аналізі потенційних загроз недружнього поглинання й дій, що вживаються для захисту, та від якого залежить не тільки ефективність діяльності підприємства, тобто результат у вигляді розміру прибутку або досягнення яких-небудь цілей, але й існування акціонерного товариства як суб'єкта економіки.

Стратегія захисту акціонерних товариств від недружнього поглинання визначається автором як довгостроковий якісно новий напрямок розвитку організації, що стосується сфери, коштів і форми її діяльності, системи взаємин усередині організації, а також позиції організації в навколишньому середовищі,

метою якого є забезпечення безпеки акціонерного товариства в частині захисту від можливого недружнього поглинання.

Даний вид стратегії являє собою ряд рішень, які є рушійною або формуючою силою більшості дій, що вживаються компанією для запобігання можливого недружнього поглинання; будучи прийнятими, ці рішення не піддаються швидким змінам і стають головними факторами успішності досягнення стратегічних цілей.

Виходячи з сутності й особливостей стратегії захисту акціонерних товариств від недружнього поглинання, можна виділити наступні *етапи формування стратегії захисту*:

1. Аналіз нестабільності зовнішнього середовища фірми (стан у галузі, політичний режим і т.д.) і вибір виду стратегії захисту, найбільш прийнятного для прогнозованого рівня нестабільності в досліджуваній перспективі.

2. Аналіз досягнутого рівня конкурентного статусу фірми: аналіз внутрішнього стану компанії (організаційна структура; правова діагностика, фінансова й т.д.) і виявлення локальних цілей, досягнення яких дозволить в умовах прогнозованого рівня нестабільності зовнішнього середовища забезпечити захист від недружнього поглинання.

3. Вибір найбільш економічно ефективних засобів для захисту акціонерного товариства від недружнього поглинання в довгостроковому періоді - розробка моделі корпоративного захисту.

4. Реалізація моделі корпоративного захисту акціонерного товариства з урахуванням аналізу «зворотних зв'язків».

У якості загальних *методичних рекомендацій з формування стратегії захисту від недружнього поглинання* автор даної роботи пропонує:

Формулювання стратегії захисту як частини загальної економічної стратегії компанії повинно здійснюватися вищим керівництвом.

На першому етапі (аналіз зовнішніх факторів) формування стратегії захисту для оцінки можливої загрози недружнього поглинання потрібен аналіз значного числа факторів, що складаються навколо підприємства. Особливу увагу варто звернути на появу досить типових ознак підготовки рейдерської атаки, що почалася. Проаналізувавши думку провідних спеціалістів у сфері захисту компаній від недружнього поглинання [1-5] автор виділяє найбільш істотні ознаки:

- *збір інформації про компанію.*

Висновок, що компанія стала об'єктом пильної уваги з боку недружніх структур, можна зробити, якщо:

а) невідомі особи запитували відомості про її нерухомість у проектно-інвентаризаційному бюро.

б) у податкову інспекцію надійшов запит, по якому інспекція надала особі, що звернулася, відомості про вашу компанію, що знаходяться в державних реєстрах.

в) було зафіксовані спроби сторонніх осіб одержати доступ до реєстру акціонерного товариства.

г) відбувся несанкціонований доступ до комп'ютерних баз дані компанії й документам на паперових носіях;

д) підприємство стало об'єктом пильної уваги маркетологів, консультантів, кореспондентів ділових видань, що зненацька вирішили підготувати й опублікувати дослідження даної галузі промисловості або регіону.

- різке збільшення числа угод із дрібними пакетами акцій, зроблених на позабіржовому ринку;
- раптова активність міноритарних акціонерів;
- прямі пропозиції про продаж акцій або часток, що надійшли від інвестиційних компаній;
- несподівані судові процеси;
- несподівані перевірки контрольно-наглядових і правоохоронних органів;
- виникнення непрогнозованих проблем з контрагентами й партнерами;
- одержання керуючим органом або акціонерами рекомендованих листів, у яких перебуває чистий аркуш паперу або поздоровлення з найближчим святом;
- негативні публікації про компанію в ЗМІ (так званий чорний PR);
- факти недружніх поглинань аналогічних підприємств у галузі або регіоні;
- планована приватизація державного пакета акцій, особливо якщо цей пакет є досить великим.

На другому етапі (аналіз внутрішніх факторів) формування стратегії захисту необхідно проаналізувати й виключити з ділового життя фактори, які являють собою загрозу недружнього поглинання. У якості таких виступають:

- наявність конфліктів між власниками;
- наявність невідконтрольної кредиторської заборгованості;
- неефективне використання акціонерним товариством своєї власності;
- пакет акцій «розпилений» між великою кількістю власників;
- наявність різних порушень, наприклад: вимог закону при створення акціонерного товариства, помилки при проведенні додаткових емісій акцій, при укладанні угод з акціями, у сфері трудового законодавства;
- конфлікти між менеджерами й основними акціонерами;
- відсутність чіткої системи мотивації, винагороди топ-менеджерів, відповідальних за прийняття стратегічних рішень і співробітників, що мають доступ до внутрішньої інформації компанії;
- наявність відомостей компрометуючого характеру відносно керівників акціонерного товариства або власників;
- відсутність чіткої системи захисту акціонерного товариства від загрози недружнього поглинання, представленої у вигляді стратегії захисту;
- відсутність в акціонерного товариства формальних (договір на надання консультаційних послуг) і/або неформальних (частки консультації) відносин з компанією, що спеціалізується у сфері захисту від недружніх поглинань.

Після аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на способи захисту, відбувається вибір виду стратегії захисту. Імовірно, що в компанії в процесі аналізу виявиться найбільш незахищена сфера. Це може бути, наприклад, і численні правові порушення, і несприятливі фінансові показники, і

незахищені активи. Автор вважає, що залежно від найбільш «слабкого» місця компанії необхідно розробити таку стратегію, основу якої й будуть становити заходи щодо зміцнення захисту найбільш уразливих сфер діяльності акціонерного товариства.

На даний час, на думку автора, у вітчизняній і закордонній літературі недостатньо чітко сформульовані загальні методи захисту компаній від недружнього поглинання. Всі рекомендації носять характер розрізнених порад. Тому представляється необхідним формування універсальної (загальної) моделі корпоративного захисту, якою зможуть скористатися керівники й служба безпеки компаній для захисту від недружнього поглинання. Незважаючи на те, що кожен випадок недружнього поглинання унікальний і, як уже згадувалося, основою стратегії повинні стати заходи щодо захисту найбільш уразливих сфер, існує ряд загальних заходів, які можуть бути розпочаті власниками підприємства й керівництвом для протидії ворожому поглинанню.

Модель корпоративного захисту здатна підвищити адаптацію акціонерного товариства до зовнішніх впливів і дозволяє поліпшити результати його діяльності в сформованих умовах. Вона складається із групи методів захисту, необхідних при реалізації будь-якої стратегії захисту, і основної, центральної технології, що лежить в основі.

Отже, пошук рішень, спрямованих на зменшення пагубного впливу наслідків недружніх поглинань на економіку України, а також підвищення рівня захищеності акціонерної форми фінансово-господарської діяльності від подібного роду загроз, представляється однією з найгостріших й потребує подальших досліджень.

Формування стратегії захисту, а також методичних рекомендацій з її впровадження в практику українських акціонерних товариств, сприятимуть підвищенню керованості й навіть росту ринкової вартості компанії (крім досягнення основної мети й поліпшення загального економічного стану).

Список використаних джерел:

1. Астахов П.А. Противодействие рейдерским захватам, - М.: ЭКСМО, 2007, 240 с.
2. Ионцев М. Г. Корпоративные захваты: слияния, поглощения, гринмэйл. М.: Ось-89, 2003. – 258 с.
3. Молотников А.Е. Слияния и поглощения. Российский опыт. – М.: Вершина, 2006. – 344 с.
4. Рудык Н.Б. Методы защиты от враждебного поглощения: Учеб.-практич.пособие. - М.: Дело, 2006. – 384 с.
5. Экономическая стратегия фирмы: Учебное пособие/Под ред. А.П. Градова – СПб.: Специальная Литература, 1995.- 414 с.

СПІЛЬНЕ ТА ВІДМІННЕ МІЖ КОНКУРЕНТНОЮ РОЗВІТКОЮ ТА ШПИГУНСТВОМ

В умовах конкуренції спостереження за діяльністю профільних підприємств стає обов'язковим. Інформація про плани інших підприємств необхідна маркетологам, рекламістам і виробничникам, щоб оперативно реагувати на зміни ринку й новаторства конкурентів, тому конкурентна розвідка, у тому чи іншому вигляді, існує на будь-якому підприємстві від початку його діяльності [1, с. 53].

Проте, у працях українських науковців немає єдиного підходу до створення *розвідувального підрозділу* та *контррозвідувального підрозділу* на підприємстві. Так, Куркін М.В., Понікаров В.Д. та Назаренко Д.В. вважають, що працівники які виконують розвідувальні чи контррозвідувальні функції, мають бути офіційно працевлаштовані до тих відділів, які мають постійні робочі контакти із зовнішнім оточенням підприємства (відділ збуту, відділ постачання, юридичний відділ тощо) [2, с. 73].

Генеральний директор, який щодня переглядає корпоративні новини в ділових виданнях, фінансовий аналітик, який відстежує біржові котирування, маркетолог, який спостерігає за діями інших компаній, роблять приблизно те саме, що й конкурентний розвідник. Різниця лише в тому, що фахівець з конкурентної розвідки цілеспрямовано збирає, аналізує й сортує інформацію, готує рекомендації для керівництва фірми.

На невеликих підприємствах зі збиранням і сортуванням різної інформації цілком може впоратися одна людина. Зовсім не обов'язково, щоб особа займалася виключно конкурентною розвідкою крім пошуку й аналізу інформації вона цілком може обіймати посаду, приміром, заступника директора з персоналу. Створювати окремий підрозділ конкурентної розвідки потрібно, коли обсяг необхідної інформації настільки зростає, що не можна обійтися без системної обробки даних.

Сороківська О.А. наголошує, що конкурентна розвідка - не промислове шпигунство, як багато хто помилково вважає, хоча в них є спільні риси [1, с. 53]. Мета як конкурентної розвідки, так і промислового шпіонажу - одержання відомостей про діяльність конкурентів, і нинішніх, і потенційних. Конкурентною розвідкою, як і шпигунством, зазвичай: займаються фахівці.

Головна відмінність конкурентної розвідки від шпигунства - методи й способи отримання інформації, все, що використовується розвідником, є законним. Промисловий шпіонаж, навпаки, передбачає нелегальні методи і технології. Служба конкурентної розвідки користується тільки відкритими джерелами, основна робота розвідника - інформаційно-аналітична, тобто збирання і опрацювання різних даних, що впливають або можуть негативно вплинути на розвиток бізнесу. Шпигунство полягає, головним чином, в

оперативній роботі, зокрема й у вербуванні інсайдерів та збиранні конфіденційної інформації для досягнення конкурентних переваг. Крім того, промисловий шпіонаж передбачає лише збирання інформації, як правило, досить чітко вказаної керівництвом. Конкурентна розвідка орієнтована не тільки на збір і аналіз різних даних, а й на вироблення управлінських рекомендацій, а також на прогнозування можливих дій конкурентів або змін ринку.

Підрозділ економічної розвідки підприємства, як слушно зазначають Ортинський В.Л. та Керницький І.С., є структурним підрозділом, на який покладено завдання єдиного (в рамках господарюючого суб'єкта) інформаційного центру із завданнями оброблення та аналізу інформації, що забезпечує ухвалення вищим керівництвом обґрунтованих рішень із найважливіших для інтересів підприємства питань [3, с. 139].

Служба конкурентної розвідки на підприємстві може створюватись двома шляхами [1].

Перший - "під керівника". У цьому випадку топ-менеджер запрошує фахівця й надає йому повноваження та кошти на створення розвідслужби. Фактично керівник конкурентної розвідки входить до числа топ-менеджерів і повністю відповідає за ефективність роботи своєї служби.

Інший варіант - поступова еволюція інших підрозділів у службу конкурентної розвідки. Наприклад, на підприємстві тривалий час працював аналітичний відділ або окремий фахівець, який збирав інформацію (можливо, виконував цю роботу навіть не з обов'язку, а за покликом душі). Поступово коло його обов'язків розширювалося, поставлені завдання ускладнювалися, обсяг виконуваної роботи збільшувався. Зрештою такий відділ або особа починали працювати фактично як конкурентні розвідники, а потім формувалася окремий підрозділ зі своєю структурою, функціями й бюджетом. Саме в такий спосіб найчастіше і створюється служба бізнес-розвідки.

У новому підрозділі конкурентної розвідки найчастіше працює одна особа, яка і виконує всю роботу самостійно. Поступово, зі збільшенням кількості необхідної інформації й розширенням кола завдань, служба конкурентної розвідки розростається. Втім, це відбувається не завжди - і в невеликих компаніях працівник конкурентної розвідки може самостійно виконувати всі завдання, пов'язані з пошуком, обробкою та зберіганням інформації.

Як зазначають Ортинський В.Л. та Керницький І.С., створення *контррозвідувального підрозділу* на підприємстві зумовлено принаймні двома обставинами:

- 1) прагненням деяких підприємців усунути та нейтралізувати своїх конкурентів за допомогою засобів економічного шпигунства;
- 2) розширенням масштабу криміналізації населення, що створює живильний ґрунт для його певних прошарків задовольняти свої потреби злочинним шляхом [3, с. 184].

Робота *контррозвідувального підрозділу* господарюючого суб'єкта пов'язана з [4]:

- виявленням, попередженням та припиненням спроб інфільтрації та

вербування агентури конкурентами, партнерами та кримінальними структурами;

- запобіганням витоку конфіденційної інформації про діяльність підприємства з боку його працівників, партнерів та клієнтів;

- профілактичною перевіркою лояльності його співробітників, службовим розслідуванням фактів фальсифікації і розкрадань;

- оперативним прикриттям персоналу тощо.

Список використаних джерел:

1. Кирич Н.Б. Економічна та майнова безпека підприємства і підприємництва. Антирейдерство / Н.Б. Кирич, Б.М. Андрушків, Л.Я. Малюта та ін. // Монографія – Тернопіль: Терно–граф, 2008. – 424 с.
2. Куркін М.В., Понікаров В.Д., Назаренко Д.В. Контроль та захист економічної безпеки діяльності підприємств: Навчальний посібник. – Х.: ФОП Павленко О.Г.; ВД «ІНЖЕК», 2010. – 300 с.
3. Економічна безпека підприємств, організацій та установ: Навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / [В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін.]; - К.: Правова єдність, 2009. – 544 с.
4. Шульга І.П. Економічна безпека емісійної діяльності акціонерних товариств : [Монографія] / І. П. Шульга. - Черкаси: Вид-во ТОВ «МАКЛАУТ», 2010. - 425 с.

УДК 332.821

Більовський О.А.

Національний інститут стратегічних досліджень

ЖИТЛОВА ПОЛІТИКА ЯК ЧИННИК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Серед різноманітних суб'єктів, які визначають або, принаймні, впливають на процеси суспільного розвитку, важливе місце продовжує займати держава. Після її блискучого тріумфу у другій половині ХХ століття, коли правлячі еліти використали інструменти державного управління для перетворення жорсткого – індустріально-ліберального – капіталізму на більш гуманний – державно-регульований капіталізм всезагального добробуту, статус держави, її повноваження та функції зазнали в суспільній свідомості значної переоцінки. Проте, є серйозні підстави стверджувати, що навіть сучасна неоліберальна хвиля, яка за словами З.Баумана намагається звести державу на рівень «місцевого поліцейського відділку, який забезпечує мінімальний порядок, необхідний для бізнесу» [1, 99], не здатна заперечити роль держави як ключового регулятора суспільних процесів, про що переконливо свідчить тенденція посилення кризових явищ в процесі функціонування сучасного людства. У повній відповідності із відомим передбаченням У.Бека, сучасне суспільство реалізує себе як «суспільство ризику», де «місце спільності злиденності займає спільність страху» [2, 60].

Проблема полягає в тому, що сьогодні до ризиків, які випливають із внутрішньої сутності ринкової економіки як такої, додаються нові ризики, породжувані її глобальним характером. Глобалізація, яка зняла зовнішні бар'єри на шляху експансії фінансових ринків, стала важливим чинником економічного розвитку людства. Проте, стрімке зростання багатства, яке спостерігається протягом трьох останніх десятиліть, супроводжується не менш відчутним посиленням соціальних диспропорцій. На нашу думку, саме звуження соціальної бази економічного зростання призвело до погіршення

світової економічної кон'юнктури, стало глибинним чинником сучасної економічної кризи. Остання є особливо небезпечною та руйнівною в умовах, коли національні уряди не мають ані політичної волі, ані адекватних інструментів впливу на наявні кризові процеси. В такій історичній ситуації створення ефективно функціонуючого механізму державного управління суспільними, зокрема соціально-економічними, процесами, який давав би можливість нейтралізувати системні соціально-економічні ризики, слід вважати найбільш актуальною задачею, яка стоїть перед урядом кожної країни.

Вказана – безпекова – функція державного управління органічно пов'язана з іншою – соціальною – функцією. Очевидно, що сучасна держава може успішно існувати лише як соціальна держава. Державна політика в основі своїй має бути соціальною політикою. Найбільш важливим критерієм ефективності державної політики слід вважати її соціальну ефективність [3, 20]. Наявність органічного зв'язку між соціальною та безпековою функцією державного управління призводить до того, що недостатня соціальна ефективність державної політики створює серйозні виклики безпеці держави та суспільства. На нашу думку, будь-який елемент державної політики слід розглядати в контексті його соціальної ефективності, яка в свою чергу є чинником соціально-економічної безпеки держави. Саме в такому контексті слід розглядати державну житлову політику.

Є всі підстави стверджувати, що сьогодні в Україні сфера житлової політики є одним із найбільш «вузьких місць» державної політики. За рівнем забезпеченості громадян житлом Україна значно поступається іншим країнам світу. Так, в 2009 р. забезпеченість населення України житлом в середньому на 1 жителя складала 23 м² загальної площі. За цим показником Україна випереджає Росію (21,1 м² – 2006 р.), проте поступається таким країнам, як Словачія (26 м² – 2001 р.), Естонія (27 м² – 2003 р.), а тим більше Франція (37,5 м² – 2002 р.), Німеччина (40,1 м² – 2002 р.), Швеція (44,4 м² – 2003 р.), США (65 м² – 2006 р.), Норвегія (74 м² – 2006 р.) [4]. Очевидно, що для країни, яка прагне стати повноцінним членом європейського співтовариства, активна, соціально-ефективна житлова політика є необхідною складовою її державної соціальної політики.

Низький рівень забезпеченості громадян України житлом не тільки негативно впливає на матеріальне становище та якість життя окремих прошарків населення, але й також ставить під загрозу соціальну та економічну безпеку держави. Сумарно майже 42%, або 7153 тис. домогосподарств були забезпечені житловою площею меншою за 13,65 м² на одну особу, серед них майже 10%, або 1700 тис. домогосподарств мали менше 7,5 м² житлової площі на одну особу. Кричущим є показник забезпечення населення України окремими кімнатами в житлах. В 2005 р. в середньому на одну кімнату приходилося 1,25 особи, а у 855 тис. домогосподарствах (що складає 5% від їхньої загальної кількості) в одній кімнаті мешкали три та більше особи! В такому контексті житлова проблема виступає складовою проблеми соціальної нерівності громадян, а також чинником, який продукує соціальну напругу в українському суспільстві. Для придбання стандартної двокімнатної квартири

(площею 54 м²) середньостатистичний українець повинен витратити більш ніж 13 середніх річних заробітних плат. Ця цифра красномовно свідчить про соціальну недоступність житла як ринкового товару для переважної більшості населення країни. Якщо «наявність житла є одним з останніх оплотів соціальної стабільності, який пом'якшує диференціацію громадян по доходам...», то «людям, які не мають нормального житла... буде нічого втрачати, і вони поповнять соціально вибухонебезпечний прошарок населення» [5, 59].

Від відсутності ефективної житлової політики потерпає будівельна галузь, яка є місцем роботи для близько 0,5 млн працівників, а через неї – і вся економіка України. Широкомасштабне житлове будівництво могло б стати справжнім «локомотивом» економічного зростання України [6], особливо в умовах несприятливої кон'юнктури світового ринку.

Соціально неефективна житлова політика є одним з тих системних факторів, який суттєво погіршує демографічну ситуацію в країні. Так, за даними соціально-демографічного дослідження «Сім'я і діти», проведеного Інститутом демографії та соціальних досліджень НАН України у квітні 2008 р., 50,2% респондентів вказали на невирішеність житлової проблеми як на причину відкладання народження дітей. Серед причин, що змушують громадян відкладати народження дітей, житлова проблема займає друге місце, поступаючись лише недостатньому рівню матеріального добробуту. Як фактор, що заважає народженню бажаної кількості дітей, житлова проблема так само займає друге місце, поступаючись лише фактору недостатності матеріального забезпечення сім'ї [7]. Не можна не погодитися із думкою фахівців Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України, які звертають увагу на те, що вирішення житлової проблеми за допомогою механізму забезпечення доступності житла ймовірно є однією з найважливіших умов сприяння народжуваності [8].

Отже, розглядаючи житлову політику як важливий чинник соціально-економічної безпеки держави, слід зробити наступний висновок: соціально-ефективна житлова політика повинна стати одним із стратегічних напрямів державної політики України.

Список використаних джерел:

1. Бауман З. Глобалізація. Последствия для человека и общества / З. Бауман; [пер. с англ. Коробочкина М.Л.]. – М.: Издательство «Весь мир», 2004. – 188 с.
2. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / У.Бек; [пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой]. – М.: Прогресс-Традиция, 2000. – 384 с.
3. Пашко Л. Соціальна ефективність як виклик сьогодення державного управління / Л.Пашко // Вісник Національної академії державного управління при Президенті України. – №2. – 2011. – С. 19-24.
4. Рейтинг стран мира по уровню жилищной обеспеченности 2011 [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://www.urban-planet.org/materials/ratings/2007-Ranking-Living-Space-Per-Capita-By-Country.pdf>
5. Гусев А.Б. Доходное и жилищное неравенство граждан: механизм поддержания социальной стабильности / А.Б. Гусев // Проблемы теории и практики управления». – №4. – 2007. – С.50-59.
6. Паливода К. В. Інвестиції в житлове будівництво як «локомотив» економічного зростання / К.В. Паливода // Проблеми системного підходу в економіці. Електронне наукове фахове видання. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2009_3/Palivoda_309.htm
7. Бялковська В.Г. Шлюбні та дітородні орієнтації студентів вищих навчальних закладів м. Києва / В.Г. Бялковська // Демографія та соціальна економіка. – 2010. – №1(13). – С.158-165.
8. Герасименко Г.В. Оцінка впливу соціальних програм на динаміку народжуваності в Україні / Г.В. Герасименко // Демографія та соціальна економіка. – 2010. – №1(13). – С.55-61.

*Білоус Я.Ю., здобувач кафедри менеджменту та економічної безпеки
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*
**АНАЛІЗ ПРИХИЛЬНОСТІ, ЛОЯЛЬНОСТІ ТА БЛАГОНАДІЙНОСТІ
ПЕРСОНАЛУ ЯК ПРІОРИТЕТНИХ СКЛАДОВИХ
КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкової економіки важливу роль у процесі функціонування різноманітних підприємств посідає забезпечення його економічної безпеки. Однією з важливих складників економічної безпеки є кадрова безпека, тому що кадри є тією силою, що приводить у рух весь процес функціонування підприємства. Можна захистити підприємство від зовнішніх загроз, конкурентів, але водночас загроза може походити саме зсередини підприємства – від його працівників. Забезпеченню кадрової безпеки підприємства сприяє формування у працівників лояльності та прихильності до підприємства.

Кадрова прихильність розглядається з використанням показників ефективності функціонування кадрової служби на підприємстві [7]; як чинник благонадійності працівника [4]; в аспекті підприємницьких ризиків [1]; як певне ставлення людини до організації, в якій вона працює [2; 5; 6].

Прихильність працівника до підприємства сприяє підвищенню кадрової безпеки, тому є одним з найважливіших чинників забезпечення кадрової та економічної безпеки підприємства в цілому. Організаційна прихильність – це позитивна оцінка працівником свого перебування на підприємстві, намір діяти на благо цього підприємства заради його цілей і зберігати членство в ньому [7]. У структурі організаційної прихильності виділяють три основні компоненти: ідентифікацію (усвідомлення організаційних цілей як власних), високий рівень залучення (бажання докладати особисті зусилля, вносити свій внесок у досягнення цілей організації) та лояльність (емоційна прихильність до організації, бажання бути її членом) [2]. Ідентифікація працівників зі своєю організацією залежить від того, якою мірою працівники інформовані про стан справ в організації, про перспективи розв'язання значущих для них проблем, пишаються самим фактом роботи в даній організації, вважають справедливою оцінку своєї праці. Високий рівень залучення до діяльності організації передбачає готовність працівників до додаткових зусиль на користь організації, таких, що не обмежуються посадовими обов'язками; почуття самоповаги, що ґрунтується на задоволеності працівників результатами своєї праці; зацікавленість у досягненні значущих для організації результатів; відповідальність за результати роботи. Залучені працівники мають більш високий рівень поваги до себе та інших; готові приймати нове без паніки та спротиву; вони враховують інтереси інших людей і менше піддаються впливу пропаганди, умовностей і маніпуляції. Лояльність працівників є умовою формування у них високої професійної мотивації, яка, у свою чергу, відбивається на всіх сторонах діяльності підприємства. В умовах гострої конкуренції рівень лояльності персоналу набуває особливого значення – багато в чому від нього залежить, чи зможе підприємство зайняти гідне місце на ринку, утримати, а потім і поліпшити своє становище.

Основними елементами лояльності персоналу є: позитивна емоційна реакція на підприємство, його цілі і цінності; результат оцінювання втрат, пов'язаних із залишенням підприємства; відчуття зобов'язань залишатися на підприємстві.

Ляльність персоналу – це відчуття відданості як безпосередньому керівникові, так і організації в цілому. Прихильність працівників своїй організації є психологічним станом, який визначає очікування, установки працівників, особливості їх робочої поведінки [6, с. 397].

Подвійність тлумачення лояльності та благонадійності веде до їхнього ототожнювання [6], а також ототожнювання з законослухняністю працівників. Однак ці поняття не можна використовувати як синоніми. Теоретична неточність може приводити до певних практичних помилок в роботі з персоналом організації.

Благонадійність працівника визначається як дотримування (прагнення дотримуватися) ним правових і моральних норм, що прийняті в даній організації. Іноді її трактують як законослухняність. Таким чином, вона виступає як характеристика, риса особистості.

Лояльність – це прийняття, позитивне ставлення людини до чогось або когось конкретного. Основою лояльності є бажання бути корисним, уникати того, що може зашкодити об'єкту лояльності, попередити про небезпеку [5, 6]. Лояльність працівника до підприємства передбачає свідоме виконання ним своєї роботи згідно з метою і завданнями підприємства. Таким чином, це є характеристикою ставлення особистості до певного об'єкта.

З погляду вивчення лояльності працівників, побудови прогнозів їхньої поведінки, планування заходів, спрямованих на підвищення лояльності, велике практичне значення має шкала рівнів лояльності [6, с. 342]. Чим вище рівень лояльності персоналу до підприємства, тим вище ступінь залученості і відданості персоналу.

Працівник з середнім рівнем лояльності з повною відповідальністю ставиться до роботи, має бажання досягати певних результатів та приносити вигоди для підприємства, але при цьому не забуває про власні інтереси. Лояльний співробітник прагне опанувати необхідні професійні знання, вміння, навички, продуктивні стереотипи діяльності. Таке прагнення, як правило, приводить до підвищення ефективності діяльності підприємства.

Працівники з високим рівнем лояльності до підприємства характеризуються в більшості випадків особистими цінностями та переконаннями. Співробітники з високою лояльністю максимально віддають себе роботі, вони активні в усуненні проблем, можуть бути ініціаторами удосконалення діяльності, здатні відстоювати конструктивні пропозиції.

Описані рівні лояльності деякі науковці доповнюють рівнем квазілояльності персоналу до підприємства, який є нижчим за середній рівень лояльності. Характеристиками квазілояльності є відмітні символи і знаки підприємства, фірмовий одяг, знаки, які символізують статус на підприємстві тощо. Ці працівники вчасно приходять на роботу, виконують частину своїх обов'язків, створюють ілюзію діяльності і більшу частину займаються

особистими справами (квазілояльність). Від працівника, що має такий рівень лояльності, не слід очікувати готовності до самопожертвування і прагнення до розвитку.

Відсутність або низький рівень адаптації працівника до підприємства є однією з основних причин виникнення ризиків нелояльності. Ризик нелояльності – це психологічно-поведінкова установка, яка проявляється у діях персоналу, що негативно впливають на стан кадрової складової економічної безпеки підприємства і виражаються у загрозі розголошення конфіденційної інформації та комерційної таємниці підприємства, корупційних дій персоналу, саботажу, ризику навмисного псування майна підприємства, крадіжки матеріальних цінностей працівниками підприємства. Об'єктивне існування ризиків нелояльності персоналу зумовлено багатовекторністю соціально-економічних стосунків, в які вступають економічні суб'єкти підприємств, наявністю непередбачуваних обставин та техніко-технологічних процесів.

Для покращення лояльності та прихильності персоналу необхідно застосовувати розвиток корпоративної етики, кадрової роботи, впровадження медіаторської практики на підприємстві та ін. Чим "ближче" відчуває персонал себе до підприємства, чим краще піклування підприємства про своїх працівників, тим більше шансів того, що персонал буде прихильним та лояльним до підприємства і, як наслідок, тим менше буде шансів для виникнення кадрових загроз.

Список використаних джерел:

1. Латицкая Л. Предпринимательские риски и управление непредвиденными кадровыми ситуациями / Л. Латицкая // *Управление персоналом*. — 2004. — №5. — С. 66-71.
2. Магура М. И. Современные персонал-технологии / М. И. Магура, М. Б. Курбатова. — М.: ООО "Журнал "Управление персоналом". — 2003. — 388 с.
3. Мясичев В. Н. Психология отношений / [под ред. А. А. Бодалева; вступ. ст. А. А. Бодалева]. — М.: Изд-во Моск. НПО "МОДЭК", 2003. — 400 с.
4. Рысина Д.Ф. Проверяем благонадежность кандидатов на руководящие и другие ответственные должности (о судимости и дисквалификации) / Д. Ф. Рысина // *Кадры предприятия*. — 2008. — №9. — С. 17-32.
5. Соломанидина Т.О. Мотивация трудовой деятельности персонала / Т. О. Соломанидина, В. Г. Соломанидин. — М.: "Журнал "Управление персоналом", 2005. — 278 с.
6. Благонадежность и лояльность персонала / К. Харский. - СПб.: Питер, 2003. — 496 с.
7. Юрасов И. А. Основные показатели качественной работы кадровой службы предприятия / И. А. Юрасов // *Кадры предприятия*. — 2009. — №5. — С. 91-100.

УДК 334.012.34

Буряк В.В. студент групи ЗМО

Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ПРОБЛЕМА ОХОРОНИ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ

Економічна ситуація в Україні, пов'язана з переходом до ринкових відносин, змушує значною мірою розширити обмін інформацією між підприємствами усередині держави. Поступово вони втягуються в конкуренцію, до якої більшість із них не підготовлені ні психологічно, ні економічно. У такій ситуації існуюча раніше відкритість, що проявлялася в різних формах, виявляється не тільки нерозумною, але й економічно небезпечною. Таємність в умовах ринкових відносин у суспільстві забезпечує

виробникові сумлінну конкуренцію, результат якої - підвищення якості продукції, зниження цін на вироблені товари, надання різних пільг споживачеві, створення нових видів товарів і послуг з використанням досягнень науково-технічної революції, розвитку послепродажного обслуговування й інше. Несумлінна конкуренція приведе до протилежного результату й тому в період становлення ринку являє собою серйозну загрозу цьому процесу.

До форм несумлінної конкуренції належать різні зазіхання на права конкурентів: приховане використання торговельної марки, підробка продукції конкурента, підкуп і шантаж, облудна реклама й ін. Серед них важливе місце займає така небезпечна форма, як розкриття виробничих і комерційних секретів, тобто промислове шпигунство, а також засноване на цьому несанкціоноване відтворення продукції конкурента.

Останнім часом стало масовим явищем запозичення інтелектуальної й промислової власності, коли співробітники одного підприємства, будучи одночасно й членами інших фірм, використовують методики й програми, знання й технології, розроблені на першому підприємстві й що є інтелектуальним капіталом [1].

До цього варто додати цілеспрямовані дії щодо зманювання або підкупу робітників та службовців підприємства-конкурента, щоб заволодіти секретами їх комерційної й виробничої діяльності.

Інший - зовнішній аспект - пов'язаний з розширенням зовнішньоекономічних зв'язків, що характеризується, по-перше, створенням спільних підприємств за участю іноземного капіталу, а, по-друге, виходом юридичних осіб на прямі торгово-економічні контакти з іншими країнами.

Утворення спільних підприємств припускає, як правило, передачу закордонним партнерам своїх технологій і управлінського досвіду, які часто підкреслюють, що «технологія - це коштовний актив, що вимагає належної охорони». Однак, наші підприємці не завжди це усвідомлюють повною мірою.

У практиці створення спільних підприємств на території України існують випадки, коли представники закордонних компаній у ході переговорів порушують питання про те, яким чином у нас, де законодавством передбачена охорона лише державних секретів, будуть захищатися секрети їхньої фірми. Закордонних партнерів більше тривожить відсутність правових гарантій для захисту комерційних секретів і відповідних організаційних структур, які могли б вирішувати завдання такого захисту.

Іноземні фірми часто включають до складу своїх делегацій, що виїжджають в Україну, представників власної служби безпеки, які на переговорах ставлять питання щодо її забезпечення, а наша сторона опиняється в складному становищі.

Але в комерційних відносинах з фірмами інших держав є й інша проблема захисту виробничих секретів. Це - прагнення західних партнерів незаконним шляхом одержати закриту інформацію, що представляє для них економічний інтерес. Отже, забезпечення економічної безпеки будь-якої юридичної особи в

умовах ринкової економіки, існування різних форм власності й конкуренції настійно вимагає захисту комерційної таємниці.

У 1993 році в Україні була прийнята постанова Кабінету Міністрів «Про перелік відомостей які не становлять комерційну таємницю», яка встановлює, що комерційну таємницю не становлять [2]:

- установчі документи, документи, що дозволяють займатися підприємницькою чи господарською діяльністю та її окремими видами;
- інформація за всіма встановленими формами державної звітності;
- дані, необхідні для перевірки обчислення і сплати податків та інших обов'язкових платежів;
- відомості про чисельність і склад працюючих, їхню заробітну плату в цілому та за професіями й посадами, а також наявність вільних робочих місць;
- документи про сплату податків і обов'язкових платежів;
- інформація про забруднення навколишнього природного середовища, недотримання безпечних умов праці, реалізацію продукції, що завдає шкоди здоров'ю, а також інші порушення законодавства України та розміри заподіяних при цьому збитків;
- документи про платоспроможність;
- відомості про участь посадових осіб підприємства в кооперативах, малих підприємствах, спілках, об'єднаннях та інших організаціях, які займаються підприємницькою діяльністю;
- відомості, що відповідно до чинного законодавства підлягають оголошенню.

Підприємства зобов'язані подавати перелічені у цій постанові відомості органам державної виконавчої влади, контролюючим і правоохоронним органам, іншим юридичним особам відповідно до чинного законодавства, за їх вимогою.

Таким чином, у перелік відкритих відомостей, крім джерел, що ніколи не закривалися, включені практично всі документи про діяльність комерційної фірми.

Отже, вирішення всього комплексу розглянутих вище проблем можливо тільки після прийняття необхідної системи відповідних законів і створення в Україні спеціальних структур, які могли б зайнятися розв'язанням проблем захисту економічних інтересів різних фірм.

Список використаних джерел:

1. Зеркалов Д.В. *Безпека комерційної діяльності. У двох книгах. Книга друга: Захист. Довідник.* - К.: Основа, 2006. – 800 с.
2. *Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці* : Постанова Кабінету Міністрів України від 09.08.1993 № 611 [електронний ресурс] // режим доступу до тексту : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/611-93-n>.

Вербицька Т. В., студентка групи 5-МО
Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ВЗАЄМОВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Ринкові відносини, які часто супроводжуються недобросовісною конкуренцією висунули оцінку конкурентоспроможності підприємства на одне із перших місць. Необхідність підвищення конкурентоспроможності та результативності діяльності підприємств диктують такі умови господарювання, що на пряму формують економічну безпеку підприємства і безпосередньо залежать від неї. Достатній рівень економічної безпеки є гарантією динамічного розвитку підприємства, запорукою його стабільного функціонування та ефективного використання фінансово-виробничих ресурсів.

Існують різні методи оцінки та аналізу конкурентного положення підприємства. Аналізуючи ряд методів оцінки конкурентних позицій фірми, умовно можна поділити, залежно від показників та змінних, що використовуються при аналізі, на три групи [1, с.75-81], які наведені на рис. 1.

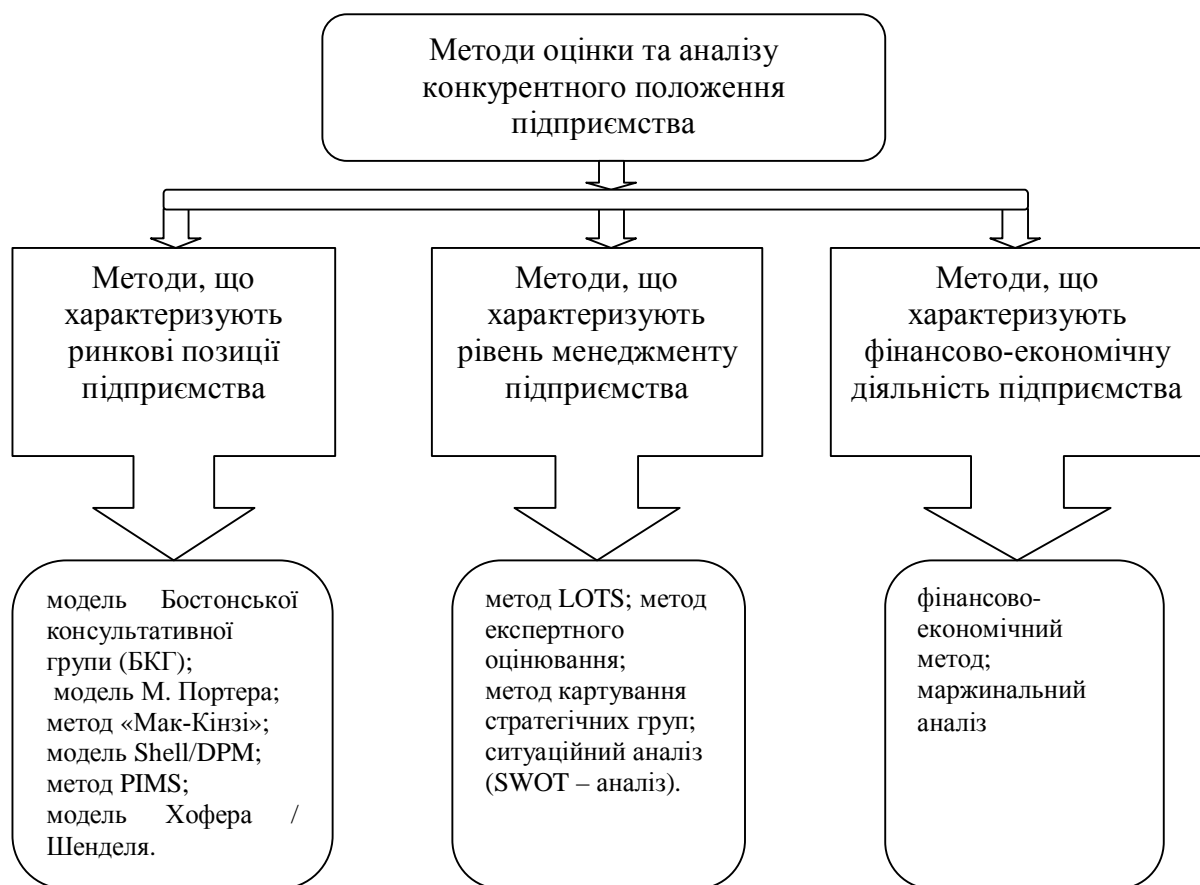


Рис. 1 Методи оцінки та аналізу конкурентного положення підприємства

Кожний метод допускає спеціальний набір факторів та змінних, що аналізуються; методика проведення досліджень різна, частіше від інших використовується складання матриць, порівняльних таблиць, проведення експертних оцінок; у багатьох методах автори, залишають право вибору змінних, що досліджуються, на розсуд дослідника, що дає можливість враховувати галузеві, технічні та інші специфічні особливості; кожний з перерахованих методів має свої переваги та недоліки, отже, досліднику необхідно порівнювати вигоди, які він може одержати з негативними моментами, що можуть виникнути при використанні того чи іншого методу, і як останні вплинуть на результат.

Економічна безпека підприємства складається з декількох функціональних складових, при чому однією із найбільш вирішальних є конкурентоспроможність і конкурентоусталеність підприємства [2, с.172]. Фатхутдінов Р.А. підкреслює, що за умов ринкових відносин конкурентоспроможність підприємства є головним фактором успіху в бізнесі і забезпеченні економічної безпеки [3, с.23].

Існуючий зв'язок конкурентоспроможності підприємства з його економічною безпекою формується значною кількістю складових (табл.1).

Таблиця 1

Складові економічної безпеки в розрізі існуючих концептуальних підходів її оцінки

№	Складові економічної безпеки	Покропивий С. Ф.	Шнипко О. С.	Фокіна Н. П.	Кракос Ю. Б.	Глущенко С. В.	Попович П.	Петрович Й. М.	Яременко О. Ф.	Загорна Т. О.	Гетьман О. О.	Шваб Л. І.	Донець Л. І.
1	Фінансова	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	
2	Інтелектуальна й кадрова	+			+								+
3	Техніко-технологічна	+			+					+	+		
4	Політико-правова	+			+					+	+		+
5	Інформаційна	+	+		+		+	+	+	+	+		+
6	Екологічна	+	+		+		+	+					
7	Силова	+	+		+			+	+	+	+		+
8	Інтелектуальна		+					+	+		+		
9	Кадрова		+					+	+	+	+		
10	Технологічна		+	+			+	+	+				
11	Правова		+					+	+				
12	Ринкова		+	+				+	+				
13	Інтерфейсна		+					+	+				
14	Ресурсна			+				+	+			+	

№	Складові економічної безпеки	Покропивний С. Ф.	Шнипко О. С.	Фокіна Н. П.	Кракос Ю. Б.	Глущенко С. В.	Попович П.	Петрович Й. М.	Яременко О. Ф.	Загорна Т. О.	Гетьман О. О.	Шваб Л. І.	Донець Л. І.
15	Соціальна			+				+				+	
16	Менеджмент і кадри					+							
17	Культури					+							
18	Інформації та прийняття рішення					+							
19	Виробнича					+							
20	Юридична					+							
21	Проведення шпіонажу					+							
22	Персоналу						+						
23	Енергетична							+					
24	Техногенна							+					
25	Разом	7	10	5	7	7	5	14	10	7	8	4	5

Так, з одного боку, конкурентоспроможність підприємства є фактором забезпечення економічної безпеки та її вирішальною функціональною складовою, з іншого економічна безпека впливає на конкурентний статус підприємства, є складовим елементом в структурі конкурентоспроможності підприємства, виконує функцію збереження конкурентних переваг, захищає від нечесної конкуренції, некомпетентних рішень, недосконалих законів, захищає діяльність підприємства від негативного впливу зовнішнього середовища створює умови відновлюватись та розвиватись та ін.

Важливо зауважити, що науковці не прийшли до єдиної думки щодо складових економічної безпеки, які за дослідженнями коливаються в межах 4-14, при чому окремі складові дублюються. Доцільно підкреслити, що така невизначена кількість складових економічної безпеки ускладнює систему показників, утруднює оцінку її рівня, що обтяжує методику аналізу та контролю її рівня.

Аналіз існуючих теоретико-концептуальних підходів до економічної безпеки підприємства, її складових дав змогу зауважити, що рівень конкурентоспроможності безпосередньо залежить від стану економічної безпеки, яка є вагомою характеристикою рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Дослідження питання оцінки конкурентоспроможності підприємства в контексті його економічної безпеки дало змогу зауважити наступне:

– виникла об'єктивна необхідність вивчення питань оцінки конкурентоспроможності з урахуванням однієї із важливих характеристик стану підприємства – економічна безпека;

– існуючі теоретико-концептуальні підходи щодо оцінки економічної безпеки, як характеристики рівня конкурентоспроможності підприємства, потребують конкретизації та уточнення;

– кризові умови господарювання, що ускладнюються конкурентною боротьбою та недобросовісною конкуренцією вимагають перегляду складових економічної безпеки, що спростить систему її критеріїв, полегшить методику аналізу і контролю, і дасть змогу використовувати у дослідженнях щодо оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Должанський І.З., Загорна Т.О. *Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник*. – Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
2. Панасюк О.А. *Обґрунтування необхідності оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств* / О.А. Панасюк, Л.В. Тарасьєва // *Наукові праці Донецького державного технічного університету*. – 2002. – №46 – С.171-178.
3. Фатхутдинов Р.А. *Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Учебное пособие*. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
4. Петрович Й.М. *Економіка підприємства: Підручник* / За ред. Й. М. Петровича. Петрович Й.М., Кім А.Ф., Семенів О.М. – Львів: «Новий світ – 2000», 2004. – 680с.
5. *Економічна безпека підприємства в конкурентному середовищі: Монографія* / За наук. ред. проф. Войнаренка М.П.. – Хмельницький: ХНУ, 2008. – 382 с.

УДК 338.439

Вітряк Т.Б., викладач

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Продовольча безпека – це такий рівень продовольчого забезпечення населення, який гарантує соціально-політичну стабільність у суспільстві, виживання і розвиток нації, особи, сім'ї, стійкий економічний розвиток [1].

Надійність забезпечення продовольчої безпеки залежить як від достатнього рівня самозабезпечення продуктами харчування, так і від їх імпорту в необхідних обсягах за умов мінімальної потенційної вразливості продовольчого забезпечення населення.

Система національної продовольчої безпеки базується на таких принципах: самозабезпеченість, незалежність, доступність, якість. Ці характеристики слід враховувати при формуванні державної політики щодо продовольчої безпеки, а також мають забезпечувати такі її напрями: ефективний розвиток агропромислового комплексу, зовнішньоекономічна діяльність у сфері АПК, формування доходів населення, гарантування збалансованого і якісного споживання [2].

Рівень продовольчої безпеки України, в першу чергу, залежить від стану агропромислового комплексу. Нині в АПК зосереджено більше половини виробничих фондів, виробляється близько 50 % ВВП, дві третини товарів народного споживання, працює майже 40 % населення [1].

Падіння виробництва сільськогосподарської продукції спричинило збільшення обсягу імпорту в Україну товарів іноземного виробництва. Так, протягом 1993-2010 років імпорт м'яса та харчових м'ясних субпродуктів зріс з 3,9 до 147,7 млн. дол. США або в 38,3 рази, в тому числі м'яса і субпродуктів з домашньої птиці з 1,4 до 140,6 млн. дол. США або в 100,4 рази, цукру і кондитерських виробів – у 14,5 рази, картоплі – в 9,9 рази, хліба і хлібобулочних виробів – у 5,4 рази. В цілому ж у 2010 р. завдяки імпорту в Україну продовольства в економіку іноземних країн вкладено 1,4 млрд дол. США, що в 2,8 рази більше від обсягу бюджетних асигнувань, виділених на розвиток АПК України. В той же час Україна, незважаючи на втрату деяких традиційних зовнішніх продовольчих ринків (не знайшло збуту близько 40 % виробленого цукру), за даними Держмиткому, експортувала в 2010 р. продукції АПК на суму понад 3 млрд. дол. США [5].

В Україні існують значні регіональні відмінності у середньодушовому споживанні продуктів харчування. Також спостерігається значне коливання вартості окремих продуктів у різних регіонах України. В раціонах населення для збалансованого харчування не вистачає продуктів навіть до норм, встановлених Міністерством охорони здоров'я для непрацездатних громадян на кризовий період економіки. Зокрема, 32,6 млн громадян вживали менше зазначених норм олії, маргарину та інших жирів, фруктів і ягід, 41,5 млн громадян – картоплі, що веде до деструктивних змін в організмі людей [3]. Існуючий стан споживання продовольчих товарів не відповідає вимогам нормального відтворення робочої сили в Україні.

Недостатня вітамінна забезпеченість організму є причиною поширення поліавітамінозів, які супроводжуються зниженням захисних властивостей організму, головними болями, втомою, подразливістю, погіршенням уваги, зниженням працездатності людини, що є основою для розвитку та прогресування інших захворювань, пов'язаних з несприятливими умовами. Для профілактики багатьох захворювань, збереження здоров'я та генофонду нації необхідне повноцінне харчування населення.

Неспроможність людей прогодувати себе, сім'ю вкрай негативно впливає на соціально-політичну ситуацію в Україні. Це може спровокувати соціальний вибух, що особливо небезпечно в перехідний період становлення Української держави.

Роль держави полягає у забезпеченні необхідних потреб населення в харчових продуктах, у досягненні збалансованого раціону харчування (білки, жири, вуглеводи, вітаміни та інші поживні речовини). Якщо у 1990 р. середньодобова калорійність споживчих продуктів харчування становила 3597 Ккал, то в 2010 р. — 2570 Ккал. До того ж калорійність споживчих продуктів на 78 % забезпечувалась за рахунок продуктів рослинного походження (у Франції та ФРН – 60-65 %). У структурі споживання найбільшу питому вагу становили хлібні вироби (43 %) та цукор (14 %). Тенденція зниження калорійності спожитих продуктів свідчить про істотну загрозу продовольчій безпеці України [5].

Вирішити проблему продовольчої безпеки неможливо без застосування передових технологій, формування великих високотоварних сільськогосподарських підприємств, здатних виробляти конкурентоспроможну продукцію, подальшого розвитку фермерських господарств, використання сучасних технологій збереження та переробки врожаю, використання інноваційних форм маркетингу, переходу до передових методів управління, формування ефективної системи підготовки та перепідготовки кадрів. Необхідно розробити і здійснювати стратегію, спрямовану на створення ефективної системи агробізнесу, яка б включала приватні господарства, корпоративні агропромислові об'єднання і нові форми фермерських кооперативів. Важливе значення для сільського господарства та харчової промисловості має залучення передових зарубіжних технологій.

Стан міжнародної продовольчої безпеки вважається забезпеченим, якщо рівень перехідних запасів зерна (тих, що зберігають до збору нового врожаю) відповідає 60 дням світового споживання або 17 % від усього споживання. В разі падіння обсягів запасів нижче цього рівня відбувається зростання світових цін на зерно [5].

Для створення відповідних запасів зерна та іншої сільськогосподарської продукції необхідно здійснювати будівництво нових та модернізацію діючих сховищ, що сприятиме гарантії забезпечення продовольчої безпеки на випадок надзвичайних ситуацій. Сукупна потужність зерносховищ у США, Канаді та деяких інших розвинених країнах перевищує середньорічний збір зерна в цих країнах в 1,8-2,0 рази, що повинно бути нормою і для України.

Специфіка забезпечення продовольчої безпеки України, на відміну від деяких інших країн, повинна полягати не лише у максимальному забезпеченні власних потреб у зернових культурах, але й у створенні потужного зернового експортного потенціалу і відновленні втрачених Україною позицій "європейської житниці". Цьому сприяють кліматичні умови України та наявність майже 40 % світових запасів чорноземів. Однак поглиблення кризи АПК призвело до того, що частка України в європейських обсягах виробництва зерна зменшилася приблизно з 17 % в кінці 80-х років до 11 % у 2010 р [5].

Забезпеченню продовольчої безпеки України сприятиме здійснення таких заходів:

- прийняття Національної програми розвитку агропромислового комплексу і відродження села на 2010-2020 роки;
- державна підтримка вітчизняного агропромислового виробництва;
- розробка системи індикаторів продовольчої безпеки і доведення їх до відома відповідних міністерств, відомств та органів державної влади;
- створення механізму продовольчого забезпечення найбільш вразливих верств населення і особливо багатодітних сімей;
- формування механізму продовольчого забезпечення населення в разі виникнення ситуації заборгованості по заробітній платні та інших соціальних виплатах.

Список використаних джерел

1. В.Т. Шлемко, І.Ф.Бінько *Економічна безпека України: Монографія.* – К.:НІДС, 2008
2. Гойчук О. І. *Продовольча безпека: структура, рівні та критерії забезпечення // Загальні проблеми економіки.* – 2005. – № 12.
3. Кочетков О. В., Марков Р. В. *Формування системи показників продовольчої безпеки України // Економіка АПК.* – 2009. - № 9.
4. Лукінов І. І. *Продовольча безпека у світовому вимірі // Економіка АПК.* - 2010. – №4.
5. Богданов В.Є. *Проблеми та перспективи харчової промисловості// Економіка АПК.* – 2010. - № 3.

УДК 330.131.7

*Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*
**СТАНДАРТИЗАЦІЯ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ: ВИКЛИК
ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

В останні роки чітко проявилася тенденція до масового тиражування міжнародних стандартів, виданих за кордоном 10-15 років тому, що стосуються переважно факторів загроз.

Підвищена увага з боку консультантів у сфері ризик-менеджменту приділяється документу «Управління ризиками організацій. Інтегрована модель», розробленого Комітетом спонсорських організацій комісії Тредвея (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission, COSO).

Ризик-менеджмент розглядається як центральна частина стратегічного управління організацією, завданням якої є ідентифікація ризиків та управління ними. При цьому наголошується, що ризик-менеджмент як єдина система управління ризиками має включати в себе програму контролю над виконанням поставлених завдань, оцінку ефективності проведених заходів, а також систему заохочення на всіх рівнях організації.

Стандарти управління ризиками (Risk Management Standard) - це результат спільної роботи декількох провідних організацій, що займаються питаннями ризик менеджменту у Великобританії - Інституту Ризик Менеджменту (IRM), Асоціації Ризик Менеджменту та Страхування (AIRMIC), а також Національного Форуму Ризик Менеджменту у Громадському Секторі.

У розробку стандартів великий внесок внесли професійні організації, що займаються питаннями управління ризиками і проявляють інтерес до тематики ризик-менеджменту.

В даний час національні стандарти діють в Австралії та Новій Зеландії (AS / NZS 4360, прийнятий в 1995 р., дорацьовувався в 1999 р. і 2004 р.), Канаді (CAN/CSA-Q850 - 97, прийнятий в 1997 р.); Японії (JIS Q 2001, прийнятий 2001 р.), Великобританії в сфері управління проектними ризиками (BS-6079-3: 2000, прийнятий в 2000 р.). Окремі розробки в даній області проводяться і в ряді інших країн (наприклад, Норвегії, де діє, зокрема, стандарт Z-013 «Аналіз готовності до ризику і виникнення аварійних ситуації», розроблений для нафтогазової індустрії).

Одним з найбільш повних і опрацьованих національних стандартів в галузі управління ризиком експерти визнають Стандарт з ризик-менеджменту Австралії та Нової Зеландії. Стандарт AS / NZS 4360, що має загальний

характер, його основні положення адаптовані для побудови систем управління ризиком.

Особливої уваги заслуговує стандарт ISO 31000:2009, покликаний забезпечити підтримку існуючим стандартам ризик-менеджменту, що були прийняті раніше і використовувалися в певних секторах, і не призначений для сертифікації або договірних цілей. Базове визначення «менеджменту ризику» в даному стандарті майже дослівно відтворює його дефініцію з п. 1.3.20 однойменного австралійського стандарту AS / NZS 4360:2004: «Менеджмент ризику - це культура організацій (переконання, цінності і поведінка), процеси і структури, які спрямовані на реалізацію потенційних можливостей при управлінні несприятливими ефектами».

Відповідно до стандарту AS / NZS 4360 управління ризиком на рівні компанії являє собою сукупність п'яти послідовно змінюючих один одного стадій і двох процесів наскрізного характеру (рис. 1).

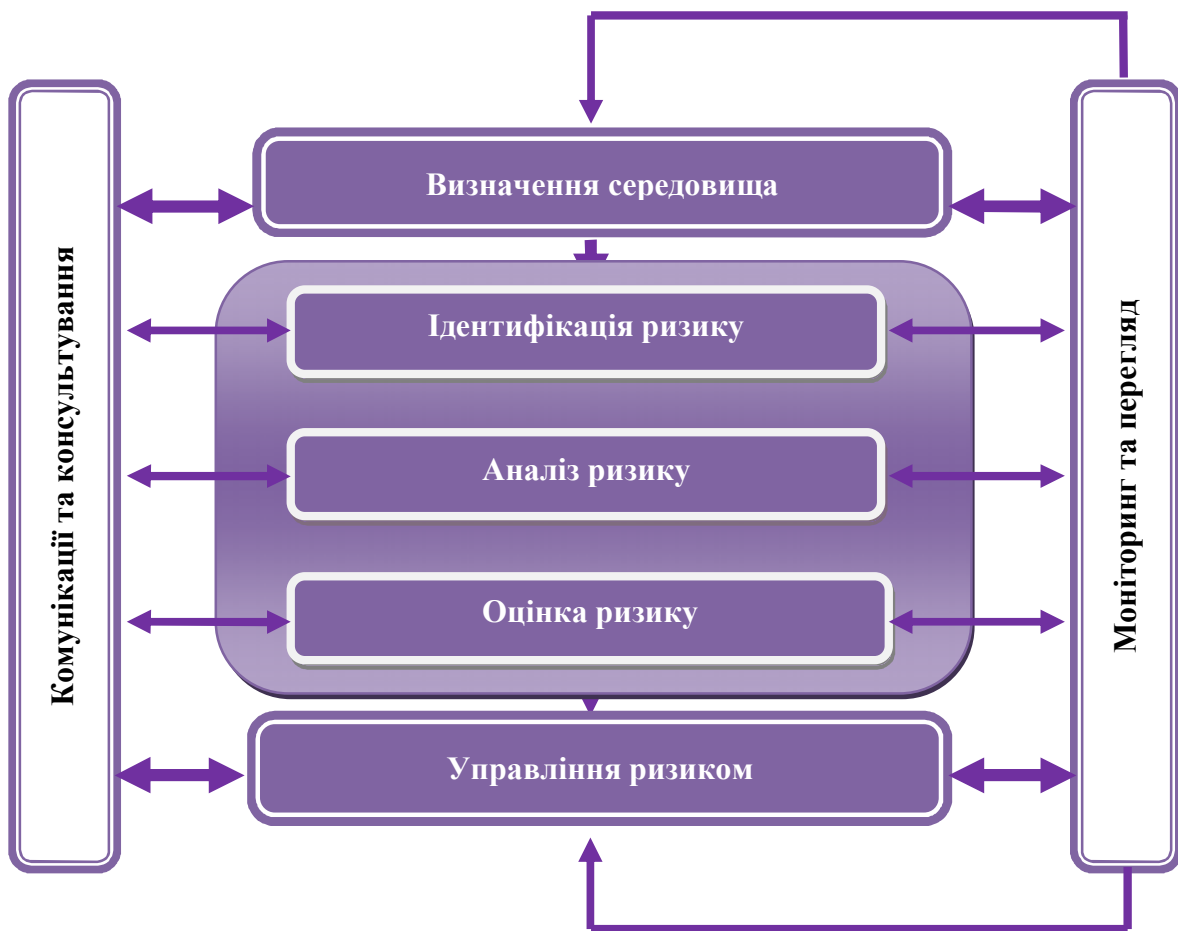


Рис. 1 Процес управління ризиками

При цьому під управлінням ризиком в стандарті розуміється «сукупність культури, процесів і структур, орієнтована на використання потенційних можливостей при одночасному управлінні негативними впливами».

Стадія 1. Визначення оточення (середовища).

Серед факторів, що визначають необхідність аналізу і ідентифікації внутрішнього середовища компанії, виділяються наступні:

- управління ризиком має здійснюватися в контексті певних цілей і завдань організації;
- одним з основних ризиків компанії є виникнення перешкод у процесі досягнення поставлених стратегічних, операційних, проектних та інших цілей;
- чітке формулювання принципів організаційної політики та цілей компанії сприятиме визначенню основних напрямків корпоративної політики в галузі управління ризиками;
- цілі та завдання компанії за сегментами діяльності, а також цільові орієнтири, що формуються при реалізації окремих корпоративних проектів, повинні розглядатися відповідно до цілей компанії як єдиного цілого.

Стадія 2. Ідентифікація ризиків.

На даній стадії повинні бути ідентифіковані ризики, обумовлені особливостями зовнішнього і внутрішнього середовища, проаналізованої на попередньому етапі: розглядаються всі можливі джерела ризику, а також наявна інформація про сприйняття ризику (усвідомленні ризику) причетними сторонами як внутрішніми по відношенню до організації, так і зовнішніми.

Стадія 3. Аналіз ризиків.

Результатом проходження даної стадії є визначення рівня ризику, що відображає оцінки наслідків та ймовірності ризикових подій. Виділяють кількісний і якісний аналіз. Цінність і значення якісного аналізу істотно підвищуються в разі, якщо визначення ризику формується широким колом причетних сторін.

Стадія 4. Оцінювання ризиків.

– Завданням даної стадії є прийняття рішення про допустимість / неприпустимість ризику (щодо допустимого ризику не застосовуються процедури обробки ризику, передбачені стадією 5 розглянутого процесу управління ризиком).

– Оцінювання ризику передбачає дослідження рівнів підконтрольності ризикового події, витрат на здійснення впливу, потенційних витрат і вигод, пов'язаних з ризиковим подією.

– Результати роботи експертів на даній стадії можуть вимагати перегляду критеріїв ризику, встановлених на першій стадії процесу (таким чином, вирішується завдання забезпечення потрапляння всіх значущих ризиків в область аналізу).

Стадія 5. Управління ризиком.

На даній стадії здійснюється робота з оціненими і ранжируваних ризиками, щодо яких прийнято рішення про їх неприйнятність / неприпустимість для компанії відповідно до критеріїв, визначених на початкових стадіях даного процесу управління ризиками.

Процес 1. Комунікації і консультування.

На перших стадіях розробки стратегії управління ризиками необхідно прийняти рішення щодо стратегії комунікацій та консультування (тобто фактично пропонується починати процес управління ризиком з встановлення комунікативних зв'язків та консультування). При цьому в даному стандарті найменування процесу вказує на необхідність ведення діалогу між причетними

сторонами (альтернатива одностороннього потоку інформації від організації причетним сторонам), результатом якого має бути акумулювання поглядів і рекомендацій щодо сутності, природи, форми, тяжкості наслідків і прийнятності ризиків організації. Необхідно відзначити, що в ряді стандартів (наприклад, в рамках канадського стандарту з ризик-менеджменту CAN/CSA-Q850 - 97) проводиться звуження описуваного процесу до здійснення комунікації ризику.

Процес 2. Моніторинг та аналіз.

Необхідна інтеграція даного процесу з представленими стадіями управління ризиками - організація процесів моніторингу та аналізу ризиків на постійній основі потрібен для виявлення змін в характеристиках ризиків / переліку ризиків під впливом змін середовища, підтвердження адекватності застосування чинних процедур з ризик-менеджменту в обставинах, що змінилися.

Серед методів проведення моніторингу та аналізу ризиків виділяються внутрішні програми перевірок; внутрішній і зовнішній аудит; вивчення діяльності компанії, здійснюване уповноваженими організаціями: парламентські комісії, суди та інші; інвентаризація; та інші методи.

В рамках Міжнародної організації по стандартизації розроблені і діють стандарти, які розглядають окремі аспекти управління ризиком по ряду напрямків діяльності, наприклад, у нафтогазовій галузі, у сфері експлуатації промислового та медичного обладнання та інші.

Проект ISO 31000:2009 містить десять принципів успішного ризик-менеджменту:

- 1) ризик-менеджмент повинен надати значимість організації;
- 2) ризик-менеджмент повинен бути пов'язаний з корпоративним управлінням;
- 3) відповідальність за ризик-менеджмент має бути пов'язана зі стратегічним супроводом;
- 4) ризик-менеджмент повинен бути «вбудований» в цілі організації, стратегічне керівництво, робочу практику і внутрішню культуру; підлягає розгляду при виборі пріоритету і розподілі доходу, повинен бути інтегрований в процес прийняття рішення на робочому і стратегічному рівнях;
- 5) ризик-менеджмент - це каталізатор для змін в культурі організації;
- 6) ризик-менеджмент - не статичний, а динамічний процес, спрямований на досягнення цілей, визначених в організації;
- 7) ризик-менеджмент повинен здійснюватися систематично, послідовно і пропорційно рівню можливих втрат;
- 8) ризик-менеджмент - це суворо орієнтований процес, який пристосований до стратегічних цілей організації або потреб певного проекту, задовольняє потреби осіб, приймаються рішення, і очікування зацікавлених сторін виходячи із зовнішнього і внутрішнього контексту;
- 9) ризик-менеджмент - це обґрунтоване рішення;
- 10) ризик-менеджмент є прозорим і змістовним процесом.

*Голубенко К.О., здобувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Діяльність людини, організації, держави базується на використанні інформації. В сучасному суспільстві інформація є засобом конкурентної боротьби, в якій виграшні позиції має той, хто володіє більш точною, повною, якісною та найсучаснішою інформацією. Отримання інформації здійснюється всіма можливими способами, в тому числі й нелегальними, протиправними, що набуває все масовішого і агресивнішого характеру.

Широке використання різноманітних технічних засобів прийому, зберігання, обробки та передачі інформації, побутових електроприладів та технічних засобів оргатехніки сприяє витоку інформації через різноманітні поля та електричні сигнали. Попередження витікання інформації засновується на формуванні чітких уявлень про механізм та канали витоку інформації, визначенні раціональних способів захисту інформації та способів її зберігання.

Особливістю інформації є те, що вона не матеріальна та тільки записана на матеріальних носіях може зберігатись, оброблятись та передаватись різними каналам зв'язку.

З точки зору захисту інформація має ряд властивостей, основними з яких є наступні:

1. Інформація, що підлягає захисту стає доступною, якщо вона міститься на матеріальних носіях. В зв'язку з тим, що за допомогою матеріальних засобів можна захищати тільки матеріальні об'єкти, то можна вказувати на те, що об'єктом інформаційного захисту є носії інформації.

2. Цінність інформації оцінюється рівнем її корисності для власника. Вона може забезпечувати її власнику певні переваги, приносити прибуток, зменшувати рівень ризику його діяльності. В той же час шкідливою є інформація, в результаті використання якої її отримувачу завдається моральний чи матеріальний збиток. Така інформація створюється спеціально та називається дезінформацією. Часто шкідлива інформація виникає в результаті цілеспрямованої чи випадкової модифікації при переносі її з одного носія на інший.

Корисність інформації або її шкода визначається для конкретного отримувача чи користувача, тому в процесі захисту інформації перш за все необхідно визначити коло осіб зацікавлених в даній інформації, оскільки найімовірніше саме серед них і виявляться порушники.

3. Враховуючи те, що інформація може бути для отримувача корисною або шкідливою, тобто приносити прибуток або завдавати збиток та те що вона купується та продається, її можна розглядати як товар. Ціна інформації пов'язана з її цінністю.

4. Інформація, як і будь який товар, може старіти. Старіння інформації проявляється в зменшенні її цінності.

5. Враховуючи конкретність корисності інформації, неможливо об'єктивно (без врахування потреби в ній отримувачем) оцінити кількість та якість

інформації. Існуючі підходи та методи оцінки кількості інформації не враховують її суть. При цьому кількість інформації не можливо оцінити об'єктивно, не враховуючи якої інформацією вже володіє отримувач. Об'єктивно можна визначити лише характеристики носія – кількість листів паперу, об'єм носіїв, розмір або вага продукції тощо. В інтересах захисту корисної інформації її власник (держава, організація, фізична особа) наносить на носій умовний знак – гриф секретності або конфіденційності, який характеризує необхідний рівень забезпечення її захисту.

В якості підходу, визначаючого гриф конфіденційності інформації, можуть слугувати результати прогнозу наслідків попадання інформації до конкурентів:

- наноситься маральний та економічний збиток організації;
- створюються реальні передумови для катастрофічних наслідків в діяльності організації (підприємства), в тому числі для банкрутства.

Інформація, що підлягає захисту неоднорідна по змісту, об'єму та цінності, відповідно, захист буде раціональний по критерію ефективності в тому випадку, коли рівень захисту відповідає кількості та якості інформації. Для забезпечення цієї умови виникає необхідність структурування конфіденційної інформації та розподіл її на інформаційні елементи.

Джерелами, через які інформація може потрапити до несанкціонованих отримувачів, є:

- працівники;
- документи;
- публікації в закритому та відкритому доступі;
- матеріали та продукція;
- чернетки та відходи виробництва;
- технічні засоби забезпечення виробничої діяльності [1, с. 216-220].

У Цивільному кодексі поняття «комерційної таємниці» трактується як інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію (ст. 505 ЦКУ) [2].

Статтею 420 ЦКУ визначено, що комерційна таємниця є об'єктом інтелектуальної власності. Відповідно майнові права інтелектуальної власності на комерційну таємницю належать особі, яка правомірно визнала інформацію комерційною таємницею, якщо інше не встановлено договором [2].

У свою чергу, стаття 162 Господарського кодексу України визначає, що суб'єкт господарювання, який є власником технічної, організаційної або іншої комерційної інформації, має право на захист від незаконного використання цієї інформації третіми особами за умов, що ця інформація має комерційну цінність у зв'язку з тим, що вона невідома третім особам і до неї немає вільного доступу інших осіб на законних підставах, а власник інформації вживає належних заходів до охорони її конфіденційності. Строк правової охорони комерційної таємниці обмежується в часі [3].

Отже, можна з впевненістю сказати, що склад та обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, порядок їх захисту визначаються самостійно її власником або керівником підприємства з дотриманням чинного законодавства. Підприємство має право розпоряджатися такою інформацією на власний розсуд і здійснювати щодо неї будь-які законні дії, не порушуючи при цьому права третіх осіб.

Для безпосереднього визначення переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю, на підприємстві створюється спеціальна комісія, яка займається групуванням і уточненням інформації для цього переліку.

Чисельність такої комісії не повинна перевищувати чотирьох-п'яти осіб. Створюється вона з найбільш кваліфікованих і компетентних фахівців основних підрозділів і представників служби безпеки підприємства, ознайомих як з діяльністю підприємства в цілому, так і з роботою окремих підрозділів. Якщо підприємство є досить великим або виготовлена продукція має різномірний характер, можна створити кілька таких груп: одну — головну, з метою координації та узагальнення результатів роботи, інші — залежно від необхідності по кожній окремій ділянці [4].

Отже, особливістю інформації є те, що вона не матеріальна. З точки зору захисту інформація має такі властивості: інформація, що підлягає захисту стає доступною, якщо вона міститься на матеріальних носіях; цінність інформації оцінюється рівнем її корисності для власника; інформацію можна розглядати як товар; інформація, як і будь який товар, може старіти; неможливо об'єктивно оцінити кількість та якість інформації. Обсяг відомостей, що становлять комерційну таємницю, порядок їх захисту визначаються самостійно її власником або керівником підприємства з дотриманням чинного законодавства. Для визначення переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю на підприємствах створюються спеціальні комісії, які займаються групуванням і уточненням інформації для цього переліку.

Список використаних джерел:

1. Захаров О.Ю. "Практическая секьюритология. Руководство по безопасности бизнеса" // О. Ю. Захаров. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 316 с. . ISBN 978-5-222-17229-2
2. Цивільний кодекс України. [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 461.
3. Господарський кодекс України. [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України. – 2003. – №11. – Ст. 462.
4. Сліпачук О. Комерційна таємниця на підприємстві [Електронний ресурс] // <http://www.hrliiga.com/index.php?module=profession&op=view&id=343>

УДК 005.934:338.246

*Голубятникова А. В., студентка групи 5-МО
Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ВПЛИВ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності потребує створення на підприємстві власної системи безпеки. Дуже багато завдань, що стоять перед системою економічної безпеки підприємства, не можуть бути виконані без рішень, прийнятих на вищому системному рівні. Питання

діагностики впливу державного регулювання на економічну безпеку підприємницької діяльності в Україні потребують вдосконалення. Проблеми економічної безпеки підприємства висвітлено в наукових працях Т.Н. Гладченко, В.П. Груніна, С.Н. Ільяшенко, П.В. Сенчагова, В.І. Сосніна [2].

У наш час немає єдиної думки в розумінні "системи безпеки підприємства". Наприклад, на думку В.П. Маку-Маку, система безпеки підприємства охоплює наукову теорію безпеки, політику і стратегію безпеки засобу, і методи забезпечення безпеки, і концепцію безпеки підприємства. Таке розуміння безпеки є занадто розширеним, але водночас неповним.

В.І. Ярочкін визначає систему безпеки як організовану сукупність спеціальних органів, служб, засобів, методів заходів, що забезпечують захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства, держави від внутрішніх і зовнішніх погроз. Формування системи безпеки і насамперед створення її органів (суб'єктів) залежить від розмірів підприємства, його економічних, фінансових, виробничо-технічних, інформаційних, інтелектуальних, професійних, організаційних й інших можливостей [4].

Система державного управління охоплює такі складові елементи:

1. Суб'єкти управління, тобто органи виконавчої влади;
2. Об'єкти управління, тобто сфери та галузі суспільного життя, що перебувають під організуючим впливом держави;
3. Управлінська діяльність (процес), тобто певного роду суспільні відносини, через які реалізуються численні прямі та зворотні зв'язки між суб'єктами і об'єктами управління [1, с.24].

На рівні економічної безпеки підприємства система державного управління покликана вирішувати такі важливі для його функціонування завдання: здійснення цілеспрямованої координації та управління на всіх етапах життєвого циклу підприємства, захист принципу економічної і соціальної справедливості, формування механізму самоорганізації та адаптації зовнішнім збурюванням, захист інтересів виробників та споживачів продукту.

Одним з позитивних впливів держави на рівень економічної безпеки підприємств є формування політики направленої на залучення інвестицій, створення умов для партнерських відносин, а також створення умов для ефективного співробітництва між підприємствами [3].

Держава робить найбільш помітний і значний вплив на формування економічної безпеки підприємницької діяльності. Використовуючи прямі і непрямі важелі втручання, вона створює і регулює економічні умови діяльності підприємств, призначені для захисту економічних інтересів держави і її національної економіки.

Загально визнано, що регулювання економіки державою більшою чи меншою мірою наявне у всіх країнах з ринковою економікою. Державне регулювання підприємницької діяльності носить характер прямого і непрямого впливу.

Непряме регулювання управління підприємницькою діяльністю формує систему мотивації, створює стимулювальні умови для діяльності суб'єктів ринкових відносин і виступає в таких формах, як податкова система, цінова і фінансово-кредитна політика, державне замовлення. Державне регулювання підприємницької діяльності, незалежно від форми власності підприємства на засоби виробництва, здійснюється за допомогою правових, економічних і соціальних заходів.



Рис. 1. Основні напрямки державного регулювання підприємницької діяльності

До прямого державного регулювання належить розроблення державою нормативних актів, положень, заходів, що безпосередньо впливають на діяльність суб'єктів ринкових відносин. У рамках прямого державного регулювання основним інструментом регулювання економічних умов діяльності підприємств є прийняття законів і документів законодавчого характеру. Особливо важливими для підприємств є законодавчі і нормативні акти з питань оподаткування, інвестиційної діяльності, організаційно-правових форм діяльності. Державне регулювання діяльності підприємств здійснюється за напрямками, поданими на рис. 1 [2].

Основне завдання держави в контексті забезпечення економічної безпеки – створення такого економічного, політичного та правового середовища й інституційної інфраструктури, які стимулювали б найбільш життєздатні підприємства, інвестиційні процеси, виробництво перспективних конкурентоспроможних товарів. Цей процес має супроводжуватися реалізацією низки заходів, серед яких найактуальнішими є:

- діагностика галузевої конкурентоспроможності, створення умов для входження до світової господарської системи;
- вибір пріоритетних сфер, галузей, комплексів, які в змозі забезпечити вихід на світові ринки;
- розробка програм та механізмів їх реалізації відповідно до обраних пріоритетів;

– забезпечення активної участі в реалізації програм держави та інших суб'єктів господарської діяльності [1, с.25].

Список використаних джерел:

1. Головка Т. Д. Інструменти захисту економічної безпеки підприємства //Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №11. – С. 24 - 25
2. Котковський В. Р. Державне регулювання економічної безпеки в Україні : дис. ... канд. наук з держ. упр.: 25.00.02 / Гуманітарний ун-т «Запорізький ін-т держ. та муніципального управління». – 2007. – 196 с.
3. Основи економічної безпеки. (державна, регіон, підприємство, особа). / Під редакцією С. А. Олійникова.- М.: ЗАТ “Бізнес-школа “Інтел-синтез”, 288 с.
4. Шлемко В. Т., Бінько І. Ф. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення. Київ: НІСД.

УДК 334.012.34

*Гордієнко О.С., здобувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА РОБОТУ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ

Великий спектр елементів, що визначають та впливають на економічну безпеку страхових компаній ускладнює процес управління даним напрямком роботи і вимагає відповідних заходів, що стосуються готовності і спроможності підприємства використовувати наявний у нього потенціал для забезпечення ефективного управління економічною безпекою. Слід відмітити два підходи на шляху до вирішення даного завдання: інсорсінг (insourcing) і аутсорсінг (outsourcing).

Інсорсінг орієнтує суб'єктів господарювання на використання внутрішніх ресурсів та можливостей щодо організації та управління економічною безпекою підприємства [1].

Зокрема, на сьогодні всі великі страхові компанії створюють спеціалізовані відділи і служби, завданням яких є забезпечення безпеки функціонування підприємства, а саме: служби контролінгу, внутрішнього аудиту. У більшості випадків підприємства намагаються самостійно реалізовувати заходи щодо забезпечення економічної безпеки за рахунок:

1) впровадження спеціалізованих інформаційних систем, які дозволяють не тільки здійснювати облік затрат діяльності, але і оптимізувати плани виробництва з допомогою сучасних інформаційних систем в страхових компаніях – це система Інсіс.

2) використання сучасних концепцій управління, зокрема, логістики, контролінгу, що дозволяє не тільки здійснювати оптимальне забезпечення необхідними матеріальними ресурсами, але і здійснювати ефективний контроль за даними процесами і рівнем використання ресурсів [2].

Критеріями ефективності заходів щодо забезпечення економічної безпеки можуть слугувати нормативні параметри, що діють у певній галузі чи сфері діяльності, а також бажані (еталонні) значення, підтримання яких дозволяє підтримувати необхідний рівень безпеки. Реалізація технологій аутсорсінг передбачає залучення до співпраці спеціалізованих підприємств і організацій, які допомагають вирішувати завдання економічної безпеки підприємства [3]. В економічній літературі зустрічається таке визначення аутсорсінгу:

"Переведення внутрішнього підрозділу чи підрозділів підприємства і усіх пов'язаних з ними активів в організацію постачальника послуг, що пропонує надання певної послуги на протязі визначеного часу по обумовленій ціні". Можна виділити такі блоки послуг економічної безпеки, які можуть надаватись підприємствам ззовні:

1) комплексне обслуговування діяльності підприємства по безпечному веденню бізнесу, що включає: консультації з питань забезпечення безпеки керівництва та співробітників підприємства; аналіз та надання рекомендацій по укладеним контрактам; рекомендації при відборі кандидатів для роботи на підприємстві; основи правового захисту підприємництва та взаємовідносин з контролюючими та фіскальними органами;

2) складання інформаційної бізнес-довідки, яка містить реєстраційні дані, відомості про засновників та адміністрацію, наявність ліцензій, додаткові відомості (позитивна та негативна інформація);

3) захист від некомерційної розвідки та недобросовісної конкуренції, а саме: встановлення організацій та підприємств, які здійснюють збір відомостей; виявлення каналів розголошення інформації; надання практичних рекомендацій щодо захисту інформації, яка становить комерційну таємницю; проведення комплексу заходів по виявленню та припиненню фактів недобросовісної конкуренції.

Таким чином, економічна безпека підприємства – послуга необхідна всім масштабним страховим компаніям, адже фінансова стійкість страхової компанії виступає одним із головних критеріїв оцінки її діяльності: це її здатність зберігати існуючий рівень платоспроможності за можливого впливу на фінансові потоки страховика несприятливих внутрішніх та зовнішніх чинників.

В свою чергу, під платоспроможністю розуміють її здатність до виконання існуючих страхових зобов'язань перед клієнтами виходячи із наявних активів, а також з використанням додаткових коштів перестраховиків. Інакше кажучи, фінансову стійкість страховика можна визначити як такий стан його фінансів, за якого він може своєчасно та у необхідному обсязі виконувати взяті на себе фінансові зобов'язання протягом строку дії укладених з ним договорів.

До основних понять категорійного апарату фінансової безпеки страхової організації можна віднести: об'єкт, суб'єкт, предмет, загрози, мету і механізм забезпечення та оцінки рівня фінансової безпеки, фінансові ризики, фінансові інтереси, фінансову стійкість та платоспроможність, банкрутство, фінансову стратегію та ін. Наведемо деякі з них.

Об'єктом фінансової безпеки страховика є фінансова діяльність страхової компанії, безпеку якої необхідно забезпечити.

Суб'єктами фінансової безпеки виступають керівництво підприємства, а також його персонал.

Предмет фінансової безпеки - це діяльність його суб'єктів, що спрямована на об'єкти фінансової безпеки страховика за рахунок реалізації функцій, принципів та стратегічних заходів із забезпечення безпечного рівня функціонування страхової компанії.

Загрози фінансової безпеки страховика можна поділити на внутрішні і зовнішні. Серед основних причин виникнення зовнішніх загроз варто виділити наступні:

- стрімкий розвиток процесу глобалізації (транснаціоналізації фінансово-економічних зв'язків, інтернаціоналізації світового ринку страхових послуг);
- високий ступінь концентрації фінансових ресурсів на міжнародних страхових ринках, високий ступінь інтеграції в сфері перестраховування;
- високий ступінь мобільності і взаємозв'язку страхових фінансових ринків на базі новітніх інформаційних технологій;
- різноманіття фінансових інструментів і високий ступінь їхнього динамізму;
- взаємопроникнення внутрішньої і зовнішньої політики держав, що все більше залежать від світових страхових фінансів (глобалізація страхування більше не проводить межу між внутрішньою і зовнішньою економічною політикою країни в сфері страхування, а останні формують одна одну в міру того, як глобальні страхові ринки переносять наслідки внутрішньої політики будь-якої країни також на економіки інших країн);
- посилення конкуренції і конфліктів між державами в сфері страхування, використання стратегій завоювання світового економічного простору (експансії) з використанням страхування;
- надмірна залежність національних страхових галузей (особливо, в області перестраховування) від іноземного капіталу, що робить фінансову безпеку страхової діяльності надзвичайно вразливою;
- глобальне наростання нестійкості страхової складової світової фінансової системи, виникнення загрозливих кризових тенденцій, нездатність сучасних фінансових інститутів (у тому числі міжнародних) ефективно їх контролювати.

Отже, фінансова безпека — фундаментальна основа економічно ефективного страховика. Під економічно ефективною страховою компанією розуміється та, котра відстоює інтереси як засновників, так і страхувальників, і забезпечує свою фінансову безпеку у визначений час і заданих обставин в умовах необмеженої агресивної конкуренції.

Сучасна страхова справа включає обов'язок інститутів влади створювати механізми захисту національних фінансово-економічних інтересів і протистояти впливу внутрішніх і зовнішніх загроз розвитку фінансового інституту страхування, закріплених законодавче. Саме за допомогою забезпечення фінансової безпеки страхової діяльності законними шляхами представляються реалізованими фінансові інтереси України і її громадян на міжнародному і національному рівнях.

Література:

1. *Економічна енциклопедія: У трьох томах / Ред. кол. С.В. Мочерний (відп.ред.) та ін. – Т.3 – Київ, Видавничий центр "Академія", 2000. – 864 с.*
2. *Полянська А.С. Сучасні технології управління економічною безпекою підприємства. / А.С. Полянська, Т.А. Троценкова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 164-168.*
3. *Хейвуд, Дж. Брайан. Аутсорсинг: в пошуках конкурентних переваг / Хейвуд, Дж. Брайан, пер.с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. – 176 с.*

*Дмитрук Б.П., к.е.н., професор
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту
Мельник О., ліцеїст ліцею ім. І. Богуна*

РОЛЬ І МІСЦЕ УКРАЇНИ У ВИРІШЕННІ СВІТОВОЇ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ

Згідно з опублікованими спільними даними Організації економічного розвитку та співпраці (ОЕСР) і Організації сільського господарства та продовольства ООН (ФАО) «Сільськогосподарські перспективи: 2007 – 2016», на протязі наступних 10 років очікується різке зростання цін на основні сільськогосподарські товари [1]. Подорожчання відбудеться з багатьох об'єктивних і суб'єктивних причин. На думку експертів ОЕСР-ФАО, головну роль в подорожчанні відіграватимуть не тимчасові фактори – дефіцит із-за неврожаю, засухи або низького рівня запасів, - а зростаючий попит на сільськогосподарську сировину для виробництва етанолу і біопалива [2]. По-перше, очікується, що в наступні 10 років суттєві обсяги кукурудзи в США (110 млн. т або 32% від загального виробництва), пшениці і насіння олійних культур в ЄС (18 млн. т і 21 млн. т відповідно), цукрової тростини в Бразилії (500 млн. т) будуть використовуватися для виробництва етанолу і біодизеля. Це створить підвищений попит на перераховані культури для потреб тваринництва, харчової і переробної промисловості. По-друге, значним фактором підвищення цін стане зростання споживання у великих країнах, що розвиваються (Китаї, Індії, Бразилії, країнах Близького Сходу) на продовольче зерно. По-третє, очікується збільшення попиту на фуражне зерно для тваринництва в Китаї, Індії, Єгипті, Ірані, Колумбії і Чилі, високий стабільний попит збережеться в Японії, Кореї, Мексиці і Саудівській Аравії. До 2016 р. 50% насіння олійних культур світового виробництва буде приходиться на Китай [3].

Виходячи із тенденцій попиту і пропозиції, експерти ОЕСР-ФАО передбачають, що на протязі 2007 – 2016 рр. більше всього подорожчає цукор (40 – 45%), рис (40 – 42%), фуражне зерно (15 – 17%), олія (20 – 22%), м'ясо птиці (20 – 25%), молочних продуктів (35 – 40%) і сухе молоко (17 – 20%). В цій ситуації, в пошуках шляхів пом'якшення цінового шоку розвинені країни все частіше звертають увагу на ринки країн, що розвиваються. Зокрема, Бразилії відводиться роль головного світового експортера цукру, насіння олійних культур і м'яса, Аргентині – зерна і молочних продуктів, Росії і Україні – кормового зерна, В'єтнаму і Таїланду – рису [3].

Специфіка забезпечення продовольчої безпеки України полягає не лише у максимальному забезпеченні власних потреб у нарощуванні обсягів валового збору зернових культур, але й у формуванні потужного зернового експортного потенціалу і відновлення втрачених Україною статусу «європейської житниці». Цьому сприяє хороші природно-кліматичні умови на більшій частині території України, наявність майже 35% світових запасів чорноземів, достатньо високого потенціалу спеціалістів, наукових кадрів вчених-селекціонерів тощо. Але АПК відчувало і продовжує відчувати нестачу фінансових ресурсів. Лише в 1990 – 2000 рр. підтримка держави скоротилася в 11 разів. Проте навіть за цих умов в

2008 р. було отримано 53,3 млн. т зернових [4], а в 2011 р. отримано найвищий валовий збір зернових за всі роки існування країни – 55 млн. т. Однак, В. Кириченко, директор інституту рослинництва ім. В. Я. Юр'єва Національної академії аграрних наук України (НААН), стверджує, що в середньому генетичний потенціал зернових на українських полях сьогодні використовується на 30 – 35% (в 2008р. цей показник наблизився до 65 – 80%) [5]. Тому, враховуючи прогнози зростання чисельності населення планети в 2050 р. до 9 млрд. чол., Україна має можливість вирощувати високі врожаї з вигодою для своєї економіки. Вже сьогодні низка господарств, застосовуючи вітчизняні технології і сорти, забезпечує по 60 – 100 ц зерна з га [6].

Рівень продовольчої безпеки України, можливості подальшого нарощування обсягів сільськогосподарської продукції для внутрішніх потреб і експортного потенціалу, залежить від стану агропромислового комплексу. Нині в АПК зосереджено більше половини виробничих фондів, виробляється близько 50% ВВП, дві третини товарів народного споживання, працює майже 40% населення [7]. Проте в сфері аграрної політики України склалася неефективна інституціональна система, яка не сприяє досягненню визначених цілей цієї політики, зокрема не забезпечує формування належного рівня продовольчої безпеки держави.

Однак поглиблення кризи АПК призвело до того, що частка України в європейських обсягах виробництва зерна зменшилася приблизно з 17% в кінці 80-х років до 11% у 2010 р. [8]. І навіть за цих умов англійські експерти заявили, що Україна є практично єдиною країною, яка може спасти Європу від продовольчого голоду, що насувається [1]. Але до статусу «житниці Європи» Україна поки що повертається дуже повільно.

Відбувається певна регіоналізація АПК. Лише в 7-ми областях сільськогосподарським виробникам вигідно виробляти молоко і молочні продукти. Олійні культури приносять прибуток в 12 регіонах [3]. Прибуткове зерно отримують в 16 регіонах. Але з кожним роком прибуток знижується із-за деяких негативних факторів: підвищення вартості енергоносіїв, техніки, мінеральних добрив, насіння тощо.

Мають місце великі втрати врожаю, які становлять біля 13% врожаю під час жнив і зберігання зерна (в країнах ЄС цей показник становить 3%). Сумарна собівартість витрат на збереження на елеваторах також значно вища, ніж в Європі, а витрати на обробку зерна в портах становлять біля 10% від вартості тонни зерна (в ЄС – 6%). Враховуючи всі витрати, виробники при експорті отримують лише 40% від вартості товару на світовому ринку, тоді як в Німеччині цей показник становить більше 70% [3].

В останній час в Україні з'явилась ще одна негативна тенденція – із-за відсутності доріг, зв'язку, шкіл, лікарень тощо людей в селах стає все менше. В результаті незадоволеності практикою господарювання, яка впливає на зниження врожайності, нестачу обігових коштів у сільськогосподарських підприємств і відсутність прозорого ринку землі негативно відбиваються на конкурентоспроможності зерна та іншої сільськогосподарської продукції на світовому ринку.

Проведені результати дослідження стану сучасного світового продовольчого ринку і зернового ринку України дозволяють зробити наступні висновки.

1. Забезпеченню продовольчої безпеки України сприятиме прийняття Національної програми розвитку агропромислового комплексу і відродження села на 2010 – 2020 роки.

2. Необхідно наполегливо продовжувати міжнародну співпрацю України по створенню так званого «зернового ОПЕК» - організації, яка зміцнює співпрацю країн-експортерів зерна (Росія, Україна, Казахстан). В рамках такого об'єднання країни могли б домовлятися про експортні квоти в третіх країнах і механізмах конкуренції на нових ринках, де з'являються ніші для експорту продукції.

3. Доцільно пристосувати таку організацію для взаємодопомоги і страхівки виконання контрактів. Якщо Росія або Казахстан відчуватимуть труднощі з поставкою зерна в певні країни, їх виконає Україна, і навпаки.

4. Створивши такий механізм взаємодії Україна і Росія не програватимуть конкурентам із США, ЄС, іншим країнам-експортерам зерна і зберігатимуть ринок для майбутніх поставок.

5. Необхідно продовжувати і поглиблювати внутрішні реформи, в першу чергу ринку землі. Цьому повинно передувати створення повного земельного кадастру. Лише за таких умов держава отримає можливість ефективно підтримувати виробників і стимулювати збільшення площ як під експортно-орієнтованими культурами, так і для задоволення потреб внутрішнього ринку.

Список використаних джерел:

1. Сільськогосподарські перспективи : 2007-2016 рр. (OECD-FAO Agricultural Outlook 2007-2016) : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oecd.org/dataoecd/6/10/38893266.pdf>
2. Козаченко О. Компенсація антропогенних ресурсів біологічним / О. Козаченко // *Агроперспектива*. – 2011. - № 7. – С. 54.
3. Ривний П. Мать некормящая / П. Ривний // *Аргументы и факты в Украине*. – 2007. - № 36. – С. 4.
4. Сільське господарство України : [статистичний збірник]. – К., 2009. – С. 80.
5. Кириченко В. Найбільша мрія селекціонера — створити національно-міжнародний продукт, який годуватиме весь світ / В. Кириченко // *День*. – 2011. - № 147-148.
6. Моргун В. В. Нові сорти озимої пшениці та особливості їхнього вирощування / В. В. Моргун // *Агробізнес*. – 2011. - № 9.
7. Шлемко В. Т., Бінько І. Ф. Економічна безпека України : Монографія / В. Т. Шлемко, І. Ф. Бінько. – К. : НІДС, 2008. – С. 18.
8. Богданов В. Є. Проблеми та перспективи харчової промисловості / В. Є. Богданов // *Економіка АПК*. – 2010. - № 3.

УДК 336.71

*Зачосова Н.В., к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

У період розгортання на теренах економіки України масштабних наслідків фінансової кризи 2008-2009 років, багато видатних вчених-теоретиків та знаних спеціалістів-практиків зацікавились проблемою забезпечення економічної безпеки вітчизняних суб'єктів господарювання. У сучасних наукових працях

активно обговорюються стратегічні орієнтири роботи механізмів гарантування економічної безпеки підприємств, установ та організацій, ведуться палкі дискусії щодо класифікації функціональних складових економічної безпеки, здійснюються спроби формування комплексних систем економічної безпеки бізнес-структур. Проте не меншої уваги, аніж процес побудови ефективної системи економічної безпеки суб'єкта господарської діяльності, заслуговує і сукупність дій та операцій, пов'язаних із управлінням існуючих та новостворених систем.

Фінансовий сектор економіки України чи не найбільше постраждав від кризових тенденцій минулих років. Тому питання забезпечення належного рівня економічної безпеки фінансових посередників, створення та належне управління механізмами захисту їх від негативного впливу зовнішніх та внутрішніх загроз нині є особливо актуальним. Локомотивом вітчизняної фінансової системи залишаються комерційні банки, які тримають першість у царині надання традиційних фінансових послуг. Розглядаючи проблеми створення та управління системами економічної безпеки вітчизняних комерційних банків, більшість дослідників пропонують будувати її аналогічно до систем економічної безпеки сучасних підприємств. Проте, специфіка діяльності комерційних банків повинна враховуватись у процесі управління їх економічною безпекою.

Часто економічна безпека в банках ототожнюється з ефективністю управління фінансовою діяльністю, або викриттям злочинних посягань на власність банків чи перевіркою клієнтів. Банківська безпека не вважається одним із показників, які характеризують стан банку, її заходи відокремлені, як правило, не системні, не комплексні і здебільшого мають пасивний характер. З огляду на зазначене виникає необхідність комплексного підходу до забезпечення економічної безпеки банків, практична реалізація якого може бути здійснена через створення у банках комплексної системи економічної безпеки. Ефективність останньої буде забезпечуватись через поєднання можливостей різних видів безпеки (фінансової, інформаційної, кадрової безпеки, безпеки матеріальних ресурсів), взаємоузгоджений, цілеспрямований їх вплив на діяльність банку, формування сприятливих умов для отримання запланованого результату. Разом з тим, комплексна система економічної безпеки банку буде ефективною тільки за умови якісного управління нею [1].

Зупинимось на специфічних рисах банківських систем економічної безпеки, які варто враховувати задля ефективного управління ними. На відміну від промислових підприємств, де основну увагу у процесі менеджменту економічної безпеки необхідно приділяти таким складовим, як фізична, техніко-технологічна, виробнича, тощо, для безпеки банку важливе значення має кадрова або інтелектуальна складова. Адже більшість рішень, що можуть призвести до значних фінансових втрат, невдалих інвестиційних ходів, розтрат або недоотримання прибутку приймають співробітники установи. Забезпечення кадрової безпеки передбачає мінімізацію загроз банку від діяльності та поведінки його персоналу. Тому необхідно ретельно добирати банківський персонал, прискіпливо оцінювати його рівень підготовки, знань, досвід роботи.

У сучасних умовах ведення фінансового бізнесу для працівників банківських установ вища економічна освіта є обов'язковою, але не достатньою умовою для належного виконання професійних обов'язків. В умовах сьогодення забезпечення економічної безпеки банків полягає насамперед у площині фінансово-економічних та правових відносин і вимагає від фахівців знань з економіки, менеджменту, фінансів, обліку та права. Тобто, фахівець з економічної безпеки банку повинен мати спеціальну фінансово-економічну і бажано правову освіту, а ветерани і керівники структурних підрозділів, які безпосередньо займаються питаннями безпеки банку повинні мати можливість пройти перепідготовку з метою підвищення кваліфікації [2].

Для комерційних банків у більшій мірі, ніж для інших учасників ринкових відносин є характерними інформаційні загрози, такі як: відсутність достовірної інформації про банки-конкуренти, банківські продукти, процентні ставки, інновації; підрив репутації банку і нанесення репутаційного або фінансового збитку шляхом поширення негативної інформації про його діяльність; промислове шпигунство, розголошення, крадіжка або знищення інформації у комп'ютерних мережах [3]. Тому у складі служби економічної безпеки банку обов'язково повинен бути спеціаліст з інформаційної безпеки, рівень знань якого має бути достатнім аби протидіяти як «чорному піару», так і комп'ютерним злочинам. На жаль, одна особа рідко може професійно виконувати такі різні функції, і установі доводиться витратити окремі фінансові ресурси на залучення додаткового персоналу, найчастіше на тимчасовій основі з використанням аутсорсингу (аутстафінгу). Підтримка репутації на високому рівні та PR має для банків велике значення. Тому ряд авторів наголошує на необхідності виокремлення у складі комплексної системи банківської економічної безпеки інтерфейсної складової, що полягає у характеристиці відносин банку з інвесторами, клієнтами, державними органами влади [4].

Для ефективного управління економічною безпекою банківської діяльності, доцільно ранжувати банківські операції у залежності від міри ризику, що їх супроводжує. Це дозволить виявити, проведення яких операцій повинно пильно контролюватись менеджерами економічної безпеки. Так, найбільш ризиковими для банку нині виявляються кредитні операції, які до того ж є для банків традиційними джерелами поповнення фінансових ресурсів. Найбільш складним етапом захисту кредитної операції є повернення коштів у випадку невиконання позичальниками своїх зобов'язань щодо кредитних договорів. Операції з цінними паперами займають друге місце за рахунок ризику втрати можливості ефективного вкладання коштів, отримання корпоративних прав перспективних підприємств; отримання цінних папери безперспективних або неіснуючих емітентів [5]. Облік векселів, зважаючи на нестійкий фінансово-господарський стан більшості вітчизняних підприємств, також може вважатись ризикованою операцією. Забезпечення безпеки проведення касових операцій здійснюється двома способами: особливим обладнанням приміщень банків, де проводяться такі операції, і робочих місць працівників, які виконують такі операції, а також особливою поведінкою працівників під час проведення ними касової роботи. Крім того, необхідно

розробити механізми забезпечення безпеки роботи з пластиковими платіжними засобами, безпеки проведення валютних операцій, боротьби з відмиванням грошей, протидії легалізації доходів, отриманих злочинним шляхом, тощо [5].

Отже, для ефективного управління системою економічної безпеки банку варто брати до уваги наступні важливі моменти: по-перше, велике значення для якісної та прибуткової роботи установи, для гарантування її фінансової стійкості та перспектив розвитку має кадрова складова економічної безпеки; по-друге, інформаційна безпека комерційних банків не обмежується лише пошуком необхідної для його функціонування інформації, але й включає комплекс заходів щодо запобігання нанесенню шкоди репутації установи та контролю за зберіганням таємної інформації, уникнення її втрати та викрадення шляхом комп'ютерного втручання у банківські бази даних; та по-третє, ранжування банківських операцій за рівнем їх ризикованості дозволить виокремити орієнтири для організації додаткового захисту того чи іншого виду банківської діяльності та мінімізувати витрати на організацію процесу управління економічною безпекою банку.

Список використаних джерел:

1. Яременко С. М. Комплексна система економічної безпеки банку і управління нею / С. М. Яременко // *Фінанси, облік і аудит: зб. наук. праць*. – К.: КНЕУ, 2011. – Вип. 17. – С. 209–215.
2. Мельник С.І. Сучасний стан підготовки фахівців для забезпечення економічної безпеки банків / С.І. Мельник // *Вісник Донецького національного університету, сер. В: економіка і право*. – 2011. - Вип.1, т.1. – С.234-238.
3. Миляев П.В. Экономическая безопасность коммерческого банка в системе национальной безопасности государства /П.В. Миляев// *Аудит и финансовый анализ*. – 2010. - №2. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://auditfin.com/fin/2010/2/10_15/10_15%20.pdf.
4. Штаєр О.М. Напрями забезпечення та основні складові економічної безпеки банку / О.М. Штаєр // *Європейський вектор економічного розвитку*. 2011. № 2 (11). – С.263-270.
5. Яременко С. Економічна безпека банків / С. Яременко // *Інформаційний вісник АН ВШ України*. – 2005. - №4. – С.26-34.

УДК 658.3

Калюжний В.В., к.т.н., доц. кафедри УППС;
Єрьоміна Н.В., студент

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля (м. Луганськ) ПОПЕРЕДНЯ ОЦІНКА ЙМОВІРНОСТІ УСПІХУ НОВОЇ ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ІННОВАЦІЙ

Сучасний розвиток економіки за інноваційною моделлю, передбачає створення та впровадження на товарний ринок безліч нових об'єктів техніки. Така тенденція у світовому геоелектронічному просторі, через загострення конкуренції, примусила абсолютну більшість суб'єктів підприємницької діяльності перейти на новий шлях господарювання, який полягає у розвитку через запропонування ринку нових інновацій. Тому сьогодні у підприємстві надглядається активізація процесу створення й бурхливого виведення на ринок нових об'єктів техніки в усі сфери людської діяльності.

Проте, незважаючи на всі зусилля винахідників та розробників нової продукції невгомона статистика вперто стверджує, що тільки кожна десята інновація має успіх на споживчому ринку. Це призводить, з одного боку, до

непомірних витрат всіх видів ресурсів й часу, а, з другого, потреби споживачів так й залишилися незадовільними.

Однією з поважних причин такої ситуації, на нашу думку, є відсутність попередньої оцінки технічної пропозиції з боку її майбутньої успішності серед споживачів, що й призводить до негативних наслідків.

Звісно, найефективнішим підхід попередньої оцінки успішності, є моделювання нових технічних рішень. Існують десятки методів моделювання, проте жодний з них не дозволяє змоделювати «майбутнє» певного нового рішення, слід вважати проблемою інноваційної діяльності суб'єктів господарювання. Враховуючи, що Україна, майже з 2002 року крокує за інноваційною моделлю розвитку своєї економіки, проблему попередньої оцінки ймовірності комерційного успіху нових технічних пропозицій (рішень), слід вважати актуальною.

Як показує практичний досвід, поки ще не існує дійсно ефективних прийомів створення нових технічних рішень, які б гарантували у підсумку отримання нового об'єкту зі 100 % успіхом виведення його на ринок. Скоріше тому, що результати творчого процесу неможливо передбачити. Тому є сенс, ще до початку втілення пропозиції у реальний фізичний об'єкт нової техніки, заздалегідь перевірити його на предмет успішності серед споживачів. Як це зробити – відповіді поки-що немає. Але зрозуміло, по повинна бути якась методика, яка б на підставі достовірної правдивої статистичної інформації, після її оброблення, дозволила б винести певне управлінське рішення щодо подальшої долі нової певної пропозиції: чи є сенс просувати її на ринок у тому вигляді, який вона вже має, чи треба ще внести відповідні зміни та вдосконалення, чи її проста відкинути, як нікчемну, несвоєчасну. Нажаль такої комплексної методики поки-що не існує, що і є невирішеною частиною проблеми, що розглядається.

Метою роботи є розробка принципіального підходу до комплексної попередньої системної оцінки ймовірності успіху нової пропозиції на ринку інновацій оцінки, які б дозволили своєчасно зупинитися на «тупиковому» напрямі розвитку певних об'єктів техніки, чи, навпаки, додати зусиль для гарантованого отримання конкурентних переваг на відповідному секторі ринку товарів.

У даній роботі під новою пропозицією (ідеєю) мається на увазі створений у процесі інтелектуальної діяльності новий об'єкт техніки, який, ще існує лише «на папері». Успішним об'єктом нової техніки вважається такий, що буде, щонайменше, конкурентним та користуватися попитом на ринку серед споживачів, задовольняючи їхні потреби. Тому сутність методики полягає у перетворенні технічної пропозиції (ідеї) у успішний новий об'єкт техніки.

Зазвичай, у винахідників та розробників нової техніки, під час інтелектуальної праці, виникають ідеї та пропозиції щодо вдосконалення вже відомих об'єктів техніки, чи, взагалі, принципіально нові ідеї, в силу їхніх здібностей, таланту, та проста так, оскільки сам процес розроблення дає їх задоволення. При цьому вони ні на мить не замислюються над питаннями

комерціалізації своїх нових технічних рішень, хоча, з часом, вони їх пропонують ринку. Тому є сенс перевірити їх на успішність.

Для оцінки ймовірності успішності, природно, треба мати вихідні дані про новий об'єкт техніки (продукт, процес, товар). У якості вихідних даних виступає сама пропозиція чи ідея, опис якої, за суттю, можна вважати інформаційною «паперовою» моделлю майбутнього матеріального об'єкту. Така інформаційна модель містить в себе, щонайменше, параметричний та функціональний опис об'єкта, які разом здатні відтворити його споживчі властивості. Залишається лише перевірити, чи співпадають ці споживчі властивості з дійсними потребами споживачів, які вони очікують від певного об'єкта техніки.

Тому інформаційна модель повинна бути доведена до споживача через, наприклад, польові маркетингові дослідження, під час яких вивчається думка споживачів щодо майбутньої продукції: чи зможе вона задовільними їйні потреби в тому вигляді як є. В цьому плані, польові дослідження є первинними та найголовнішими, оскільки за результатами їх проведення повинен чітко скластися дійсний образ майбутньої інновації.

Кабінетні маркетингові дослідження дозволяють оцінити насамперед комерційну активність виробників аналогічної продукції, і саме в цьому полягає її цінність. Адже такі дослідження показують потенційних конкурентів. По їх публікаціях та рекламній продукції можна співставити продукт, який пропонується ними, з продуктом, який бажано бачити споживачам, прообраз якого встановлений під час проведення польових досліджень. Зокрема, наскільки вони відрізняються один від одного, на скільки вони здатні задовольнити потреби. Ця інформація, наприклад, по відсотках відмінності аналогічних продуктів, є вихідними даними для подальшого ранжування конкурентів по ступеню схожості продукції, що виготовлюється ними, з продукцією бажаною споживачу.

Отже, маркетингові дослідження, у цілому, з одного боку, дозволяють з'ясувати повну картину щодо прообразу майбутньої інновації, яку обов'язково прийме ринок, оскільки він її чекає за даними польових досліджень, а, з другого, – наочно показує повний розклад конкурентних сил.

Наступним етапом оцінки ймовірності успіху об'єкта, що пропонується, є проведення патентно-кон'юнктурних досліджень патентної документації та інформації. Справа в тому, що патенти з'являються не проста так. Розробники нової техніки патентують свої розробки, якщо існує загроза незаконного відтворення розробки потенційними конкурентами. Крім того, під час проведення патентно-кон'юнктурних досліджень пізнається, чи вже існує такий об'єкт техніки чи ні, патентоспроможний він чи ні, чи буде порушувати права третіх осіб чи ні. Відповіді на ці питання можуть вагомо впливати на прийняття управлінських рішень щодо долі пропозиції розробника нової техніки.

Черговим обов'язковим етапом оцінки ймовірності успіху – це проведення економетричних досліджень, результатом яких є порозуміння можливостей того чи іншого виробництва взагалі реалізувати у життя дану пропозицію через комплекс матеріальних факторів, притаманних новому об'єкту техніки.

Якщо попередні три етапи показали доцільність розпочати виробничу діяльність щодо реалізації інноваційного задуму, настав час перейти до контент-аналітичних досліджень мегамасиву інформації, який дозволяє розкрити технічні перешкоди, які необхідно подолати для розроблення нового об'єкта техніки на замовлення споживачів. Контент-аналітичні дослідження дозволяють розкрити технічні протиріччя, коли вони та яким чином були розв'язані, що ще треба вирішувати: чи на межі наукових досліджень, чи прикладних. Контент-аналіз дозволяє ретельно розглянути пропозицію, всі дрібниці з яких вона складається й спрямувати зусилля розробників та винахідників на модернізацію своєї первинної пропозиції, щоб вона відповідала бажанням споживачів.

Зібравши прагматичні дані у ході чотирьох видів досліджень, можна приступити до оцінювання ймовірності успіху запропонованого нового об'єкта техніки. Для цього треба перевести отриману якісну інформацію перевести у кількісну. Для цього використовують різні шкали. Наприклад, шкалу Харінгтона, яка досить розповсюджена та позитивно себе зарекоментувала. Хоча можна скористатися й іншими шкалами, 100-бальною, 12-бальною тощо. Шкала може бути обрана за смаком, якщо вона забезпечує переведення кісної інформації у звичайні відсотки. Отже, якщо за підрахунками ймовірність складатиме менш за 40 %, треба взагалі переглянути пропозицію, поглянути на потреби з іншого боку, якщо оцінка досягає приблизно 80 %, пропозиція потребує суттєвої корективки, а якщо оцінка сягає за 80 % - після невеликих вдосконалень, може бути передана на виробництво для налагодження її серійного випуску.

Розглянутий вище поетапний аналіз різнопланової об'єктивно існуючої інформації по чотирьох напрямках дає можливість остаточно побачити всі аспекти майбутнього об'єкта техніки, та остаточно сформулювати технічне завдання розробникам на вдосконалення своєї пропозиції. Саме в технічному завданні висловлюється певна ціль щодо отримання того чи іншого ефекту від майбутнього нового продукту, а саме, задоволення потреб, з одного боку, та отримання стабільного прибутку, з другого.

УДК 369.5

*Коваль О. П., к.е.н.,
завідувач сектору управління соціальними ризиками
відділу соціальної політики,
Національний інститут стратегічних досліджень*

**ШЛЯХИ БАЛАНСУВАННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ
ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ЗАПРОВАДЖЕННЯ
ЗАГАЛЬНООБОВ'ЯЗКОВОЇ НАКОПИЧУВАЛЬНОЇ ПЕНСІЙНОЇ
СИСТЕМИ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ**

Запровадження загальнообов'язкової накопичувальної пенсійної системи (системи II рівня) стане ще одним серйозним випробуванням соціально-економічного стану країни. Вплив такого запровадження наразі доволі важко

оцінити, оскільки він може мати як позитивний, так й негативний характер. Але одним з негативних наслідків, який гарантовано матиме місце, стане подальше погіршення фінансового стану Пенсійного фонду України (далі – ПФУ).

Парадигма запровадження системи II рівня передбачає, що джерелом її наповнення стане частина пенсійних внесків (приблизно 20 %), які сьогодні в повному обсязі спрямовуються до ПФУ. Хоча процес переспрямування частини внесків матиме розтягнутий у часі характер (на момент запровадження до системи залучаються лише особи, молодші 35 років, а процент відрахування зростатиме з 2 % до 7 %, тобто щорічно на 1 % протягом 6 років), в бюджеті ПФУ виникає ефект так званих «випадаючих доходів». Навіть з урахуванням того, що половина цих коштів може бути повернута в бюджет через механізми державного запозичення, фінансовий стан ПФУ майже гарантовано погіршиться. За таких умов задача балансування бюджету ПФУ є вельми й вельми непростою для уряду. У випадку її невдалого вирішення покриття зростаючого дефіциту бюджету ПФУ, знову ж таки, стане проблемою державного бюджету.

Наразі серед експертів пенсійної галузі відсутнє чітке бачення шляхів вирішення проблеми випадаючих доходів. Одним з шляхів її вирішення уряд цілком обґрунтовано бачить звільнення ПФУ від невластивих йому функцій, зокрема фінансування дострокових та пільгових пенсій. Національним планом дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010-2014 роки "Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава" [1] було передбачено розробку відповідного проекту закону, але на прохання Мінсоцполітики термін виконання заходу було перенесено на 2012 рік.

В якості інших шляхів розглядаються:

- впровадження професійної пенсійної системи, у тому числі дольової участі роботодавців і держави у відшкодуванні фактичних витрат на виплату і доставку пенсій, які призначаються на пільгових умовах;
- впровадження на першому етапі - у 2012 році – звільнення солідарної системи від фінансування доплати до розміру прожиткового мінімуму особам, які не мають необхідного страхового стажу, шляхом перекладення зобов'язань на державний бюджет.

Не заперечуючи загалом щодо доцільності вищенаведених заходів, зазначимо лише, що перекладення фінансового тиску з ПФУ на держбюджет навряд чи можна вважати кардинальним вирішенням проблеми. Експертам доцільно також зосередитись на пошуку шляхів збільшення власних доходів ПФУ. Серед них найчастіше наводять наступні:

- збільшення рівня оплати праці, у тому числі за рахунок її легалізації, та розширення легальної зайнятості населення;
- забезпечення здійснення Пенсійним фондом України за даними системи персоналізованого обліку та з урахуванням результатів перевірок ретельного аналізу стану сплати єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування та фактичного розміру виплаченої зарплати і внесення пропозицій стосовно шляхів вирішення відповідних проблем;

- погашення заборгованості із виплати заробітної плати та зі сплати страхових внесків на загальнообов'язкове державне пенсійне страхування;
- суттєве посилення відповідальності за використання нелегального робочого місця та виплату тіньової зарплати в поєднанні з оптимізацією розміру сплати страхових внесків до Пенсійного фонду України [2].

Звертає на себе увагу, що усі вищенаведені заходи спрямовані на усунення неналежного функціонування діючих джерел доходів ПФУ. Але з урахуванням економіко-демографічних реалій вважаємо, що цього замало, а бюджет ПФУ потребує нових джерел доходів.

Причому такі джерела повинні позитивно сприйматись населенням та не викликати суспільного роздратування. До них найчастіше відносять:

- підвищення акцизів на елітні сорти алкоголю та тютюну (на них претендують також експерти з медичної реформи, цілком справедливо стверджуючи, що алкоголь та тютюнопаління є причиною погіршення стану здоров'я населення України);
- надходження від приватизації державного майна понад обсяги, передбачені у законі про Державний бюджет України на відповідний рік;
- надходження від продажу землі сільськогосподарського призначення (у разі прийняття відповідного закону);
- надходження від оподаткування операцій з нерезидентами, зареєстрованими в офшорних зонах (у разі запровадження);
- штрафні санкції за видобуток корисних копалин без спеціального дозволу на користування надрами і порушення передбачених ним умов;
- надходження від реалізації державної частки прибуткової продукції – вуглеводнів, які видобуваються в межах континентального шельфу Чорного моря, за угодами про розподіл продукції;
- вивізні мито на нафтопродукти (у разі запровадження);
- надходження від погашення суб'єктами господарювання заборгованості за кредитами, залученими під державні гарантії.

Усі вищенаведені заходи потребують відповідного законодавчо-нормативного опрацювання, яке з урахуванням вітчизняного нормотворчого процесу може бути розтягнуто у часі на термін, який складно передбачити. Разом з тим, ще одним з джерел, що не викличуть суспільного відторгнення, є введення податку на багатство. Відповідні зміни до Податкового Кодексу вже пройшли громадське обговорення.

За деякими оцінками існує ймовірність, що II рівень пенсійної системи може бути запроваджено починаючи вже з 2014 року. Отже задача пошуку додаткових джерел власних надходжень ПФУ набуває нагальної значущості. Враховуючи ступень підготовки законодавчого акту, починати доцільно з внесення змін до Податкового Кодексу щодо податку на багатство.

Список використаних джерел

1. Національний план дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010 - 2014 роки "Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава", затверджений Указом Президента України від 27.04.2011, № 504/2011.
2. Постанова ВРУ «Про рекомендації парламентських слухань на тему: «стан проведення пенсійної реформи та шляхи її вдосконалення» від 5 квітня 2011 р. № 3188-VI.

ПРОБЛЕМИ ЗБЕРЕЖЕННЯ КОМЕРЦІЙНОЇ ТАЄМНИЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Комерційна таємниця підприємства, відповідно до ст. 505 Цивільного кодексу України - це інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію [1].

Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці.

Основні поняття системи правових засобів по захисту комерційної таємниці розкриває Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [2]:

неправомірне збирання комерційної таємниці - добування протиправним способом відомостей, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання;

розголошення комерційної таємниці - ознайомлення іншої особи без дозволу особи, уповноваженої на те, з відомостями, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, особою, якій ці відомості були довірені або стали відомі у зв'язку з виконанням відповідних обов'язків, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання;

схиляння до розголошення комерційної таємниці - спонукання особи, якій були довірені у встановленому порядку або стали відомі у зв'язку з виконанням відповідних обов'язків відомості, що відповідно до законодавства України становлять комерційну таємницю, до розкриття цих відомостей, якщо це завдало чи могло завдати шкоди суб'єкту господарювання;

неправомірне використання комерційної таємниці - впровадження у виробництво або врахування під час планування чи здійснення господарської діяльності без дозволу уповноваженої на те особи відомостей, що становлять відповідно до законодавства України комерційну таємницю.

Розголошення комерційної таємниці – це [3]:

а) ознайомлення особи з відомостями, що становлять комерційну таємницю, без згоди особи, уповноваженої на це особи (наприклад, керівника підприємства, власника комерційної таємниці і т. п.);

б) розголошення (видача) відомостей, що становлять комерційну таємницю, особою, якій ці відомості були довірені у встановленому порядку;

в) розголошення (видача) відомостей, що становлять комерційну таємницю, особою, якій ці відомості стали відомі у зв'язку з виконанням службових обов'язків.

Розголошенням комерційної таємниці законодавець називає також заподіяння або передбачувану можливість заподіяння шкоди підприємцю.

Інформація, яка становить комерційну таємницю, може бути отримана шляхом оцінки даних в їх сукупності в містяться документах (наприклад, заява до держадміністрації, реєстрація інвестицій і т. д.), що подаються підприємством до різних інстанцій владних структур.

Методи добування відомостей, що становлять комерційну таємницю або мають конфіденційний характер, - це [3]:

- проведення цілеспрямованих таємних активних операцій;
- збір, систематизація та аналіз даних, що не входять в перелік відомостей, які охоплюються визначенням «комерційна таємниця», але які можна трансформувати у винятково важливу інформацію про підприємство. Носіями таких відомостей, як правило, є звітні документи;
- придбання інформації за гроші або шляхом шантажу, розпитування, випитування, підслуховування, особистих спостережень, фотографування конфіденційних документів, наприклад договорів про укладені угоди, рахунків-фактур тощо, а також території об'єктів для її вивчення перед проникненням, застосування оптичних приладів, звукозаписувальної апаратури і т. д.;
- виявлення джерел важливої інформації;
- знімання інформації з радіо-і телевізійних каналів;
- використання спецапаратури, мікрофонів, лазерних, інфрачервоних, віконних стетоскопів та іншого обладнання, у тому числі спецрадіозакладок для негласного знімання вербальної інформації в службових приміщеннях, кімнатах відпочинку персоналу;
- приховане копіювання службових документів таємними співробітниками або придбання їх у різного роду інформаторів;
- розкрадання документів, що містять комерційну таємницю або конфіденційну інформацію;
- негласне ознайомлення з документами;
- впровадження злочинними угрупованнями своїх інформаторів;

Кримінальна відповідальність за ст. 231 Кримінального кодексу України настає за умисні дії, спрямовані на отримання відомостей, що становлять комерційну або банківську таємницю, з метою розголошення чи іншого використання цих відомостей, а також незаконне використання таких відомостей, якщо це спричинило істотну шкоду суб'єкту господарської діяльності, і карається штрафом від трьох тисяч до восьми тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [4].

Відповідно до ст. 232 Кримінального кодексу України відповідальність за умисне розголошення комерційної або банківської таємниці без згоди її власника особою, якій ця таємниця відома у зв'язку з професійною або

службовою діяльністю, якщо воно вчинене з корисливих чи інших особистих мотивів і завдало істотної шкоди суб'єкту господарської діяльності, карається штрафом від однієї тисячі до трьох тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян з позбавленням права обіймати певні посади чи займатися певною діяльністю на строк до трьох років [4].

Отже, діяльність комерційних структур супроводжується гострою конкурентною боротьбою з використанням протиправних методів і прийомів, серед яких шпигунство найбільш ефективний.

Список використаних джерел:

1. Цивільний кодекс України 16.01.2003 № 435-IV [електронний ресурс] // режим доступу до тексту : <http://zakon2.rada.gov.ua>.
2. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 13.01.2009, № 689-17 [електронний ресурс] // режим доступу до тексту : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-вр>.
3. Зеркалов Д.В. Безпека комерційної діяльності. У двох книгах. Книга друга: Захист. Довідник. - К.: Основа, 2006. – 800 с.
4. Кримінальний кодекс України в редакції від 17.01.2012, № 4025-17 [електронний ресурс] // режим доступу до тексту : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

УДК 65.012.34: 334.752

*Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

ТЕХНОЛОГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЛОГІСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ

Існує кілька напрямків забезпечення безпеки підприємства - це економічна, науково-технічна, технологічна, екологічна, інформаційна та інші напрями. Всі вони є елементами єдиної Комплексної Системи Безпеки Підприємства (КСБП) спрямованої на мінімізацію / усунення потенційних загроз і ризиків.

Процесам забезпечення безпеки в нашій країні, на жаль, надається другорядне значення. Більшість підприємств вважає, що Концепція Безпеки – зовсім не потрібна. Набагато важливіше й корисніше для компанії придбати певну кількість камер, датчиків і інших "атрибутів безпеки". Ці матеріальні активи будуть вимірні і зрозумілі. Професійний підхід до побудови комплексних систем безпеки тільки починає розвиватися в нашій країні. Багато в чому, цьому сприяють великі іноземні інвестори, що вкладають гроші в будівництво зокрема й логістичних центрів та елементів транспортної інфраструктури. Безпека об'єктів для них те саме, що безпека власних капіталів і їй приділяється пріоритетне значення. Більш того, процеси і системи забезпечення безпеки інтегруються в цільові процеси компаній.

Спробуємо сформулювати основні аргументи на користь розробки Концепції безпеки.

Концепція безпеки потрібна щоб:

–сформулювати загальне бачення (відношення) усіх зацікавлених осіб до питань забезпечення безпеки об'єкта, як в сьогоденні, так і майбутньому з урахуванням стратегічних цілей компанії;

–сформулювати оптимальний комплекс систем безпеки з урахуванням найбільш ймовірних ризиків і загроз;

–забезпечити узгодження різних елементів Системи безпеки в рамках єдиної концепції;

–забезпечити скорочення витрат на комплекс ТСБ (технічних систем безпеки), за рахунок застосування інтегрованих елементів, синергії і т.п.;

–поставити параметри оцінки ефективності майбутньої Системи безпеки;

–документ "Концепція безпеки" може бути єдиною "базою знань" компанії з питань забезпечення безпеки і "супроводжувати" об'єкт від стадії проектування до введення в експлуатацію та наступних трансформацій;

–показати потенційним інвесторам / покупцям професійне ставлення до питань безпеки. Адже для того, щоб вигідно продати об'єкт, треба довести потенційному покупцеві, що Система безпеки об'єкта знаходиться на належному рівні, і він захищений від усіх можливих ризиків і загроз. В цьому випадку концепція безпеки буде саме тим документом, який дозволить потенційному інвестору / покупцеві оцінити якість опрацювання даного питання.

Проаналізуємо особливості діяльності логістичних комплексів з позиції економічної безпеки. Логістичні утворення можуть бути створені або реорганізовані шляхом структурування на базі економічної системи логістичної системи певного виду. З позиції економічної безпеки економічна система як об'єкт управління логістичного утворення є складним міжсистемним об'єктом із багаторівневою міжсистемною взаємодією. Ця взаємодія пов'язана як з реалізацією певних внутрішньосистемних, так і міжсистемних інтересів. Ефективність реалізації інтересів оцінюється на підставі порівняльного аналізу цілей та результатів як окремих систем, так і логістичного утворення в цілому. Основними причинами неповної реалізації інтересів є не лише зовнішні загрози, але і конфлікти міжсистемних інтересів. Очевидно суттєвим є завдання ідентифікації, класифікації, ранжування та узгодження останніх у системній ієрархії підсистем економічної системи, а також уникнення чи нівелювання зовнішніх загроз. Зрозуміло, що це є взаємопов'язані завдання. Так як загрозами можуть бути як несприятливі ситуаційні фактори впливу і інтереси зовнішнього середовища, тобто систем більш високого рівня ієрархії, так і конфлікти інтересів окремих систем у межах функціонування та розвитку логістичного утворення. На нашу думку, саме узгодження інтересів, мобілізація ресурсів і інтеграція функцій захисту окремих підсистем у процесі міжсистемної динаміки дає можливість забезпечити логістичному утворенню при взаємодії з зовнішнім середовищем стійкість, адаптаційність, гнучкість та ефективність. У будь-якому випадку про повну узгодженість інтересів не йдеться, так як в умовах динамічних змін зовнішнього середовища цей процес відбувається безперервно та вимагає постійного корегування, яке може включати і декомпозицію структури окремих підсистем. Усі ці завдання при спрощеній моделі утворення як логістичної системи не можуть бути вирішені. Це стосується лише техніко-технологічних, а не економічних завдань функціонування та розвитку логістичних утворень [1, с. 236].

Сучасне розуміння економічної безпеки логістичного утворення враховує не тільки вплив зовнішніх та внутрішніх чинників, але й створення суб'єктом господарювання певних умов для стійкого розвитку в умовах невизначеності ринкового середовища. Таким чином, економічна безпека логістичного утворення – це стан захищеності його економічних інтересів, прав, відносин, ресурсів і здатність його економічної системи відобразити зовнішні і внутрішні загрози та небезпеки, швидко адаптуватися до ринкових умов, забезпечуючи ефективність і гнучкість функціонування і стабільний розвиток. Таким чином, до основних функцій системи економічної безпеки логістичного утворення слід віднести:

- підтримку максимально безпечного, стабільного та ефективного його функціонування;
- своєчасне прогнозування можливих загроз і ризиків, а також їхніх наслідків;
- розробку цільових програм (заходів), спрямованих на зменшення впливу загроз і небезпек на його діяльність;
- безкризове використання ресурсів та їх своєчасне поповнення;
- постійне нарощування економічного потенціалу розвитку [1, с. 237].

Таким чином, економічна безпека логістичного утворення є інтегральною властивістю його економічної системи і включає: правову визначеність і прозорість діяльності, ефективність і стійкість функціонування, конкурентоспроможність, розвиток потенціалу, адаптивність і гнучкість за рахунок логістизації процесів діяльності. Управління економічною безпекою здійснюється на підставі механізму контролінгу сукупності індикаторів, факторів, що забезпечують економічну безпеку.

В умовах фінансово-економічної кризи потреба в управлінні економічною безпекою логістичних утворень значно зростає, про що красномовно свідчить практика господарювання вітчизняних та зарубіжних компаній, які здійснюють свою діяльність в Україні.

Список використаних джерел:

1. Алькема В.Г. Аналіз логістичних утворень як суб'єктів економічної безпеки / В.Г. Алькема // *Економічний аналіз*. - 2010 рік - Випуск 7. – С. 234-238
2. Сумець А.М. Обеспечение безопасности функционирования логистических образований / А.М. Сумець // *Системи обробки інформації. Інформаційна та економічна безпека*. – Випуск 3 (84). – Харків. – 2010. – С. 160-161.

УДК 330.51

**Криленко В. І., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів
Національний Університет кораблебудування**

СТРУКТУРА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Актуальність дослідження питань забезпечення економічної безпеки України зумовлена рядом об'єктивних факторів: системною трансформацією економіки України і визначенням її ролі та місця в сучасній світовій економіці; необхідністю пошуку оптимального співвідношення між відкритістю економіки та захистом національних інтересів; зростанням внутрішніх та зовнішніх загроз економічній безпеці; масштабами тіньової економіки.

Економічна безпека держави – складна і багатопланова структура. Звернемо увагу на три найважливіших елементи внутрішньої структури економічної безпеки:

економічну незалежність (можливість держави проводити контроль за національними ресурсами; досягнення такого рівня виробництва, ефективності та якості продукції, які б забезпечили її конкурентоспроможність у світовій торгівлі);

стабільність національної економіки (захист власності у всіх її формах, створення надійних умов і гарантій для підприємницької активності, стримування факторів, здатних дестабілізувати ситуацію);

здатність до саморозвитку і прогресу (створення сприятливого клімату для інвестицій та інновацій, постійна модернізація виробництва, підвищення професійного, освітнього і загальнокультурного рівня працівників тощо) [1, с. 27].

Варто виділити п'ять рівнів економічної безпеки (рис.1).

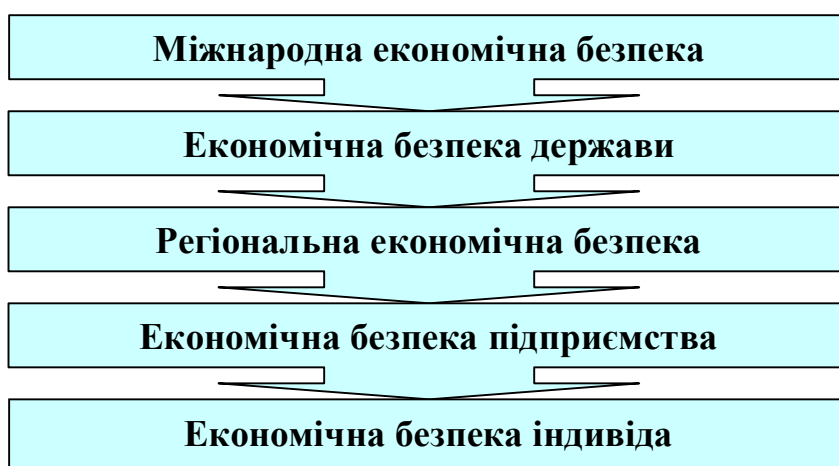


Рис.1. Рівні економічної безпеки

Розглянемо елементи системи економічної безпеки стосовно її рівнів. Природно, що система економічної безпеки кожного рівня складається зі своїх, властивих тільки даній системі елементів, але охоплює і елементи системи економічної безпеки нижчого рівня, і, безпосередньо, впливає на економічну безпеку вищого рівня [2, с. 112].

Проте при всій значущості національного рівня безпеки (економічної безпеки держави), є підстави вважати, що в сучасних економічних, соціальних і політичних умовах забезпечення економічної безпеки в нашій державі необхідно зосередити в першу чергу на рівень її регіонів. Регіони є самостійними суб'єктами загальнодержавних процесів, вони проводять власну економічну політику. Економічна безпека регіону – це елемент системи економічної безпеки держави, який забезпечує регіональну соціально-політичну і економічну стабільність, а також стійку здатність регіону до саморозвитку і захищеність його інтересів від внутрішніх і зовнішніх загроз. Економічна безпека регіону розглядається в системі національної безпеки

України (її економічної складової). При цьому на рівні регіону за основу беруться рівноцінні проблеми, елементи структури, пріоритети, напрями та шляхи, які застосовуються як до рівня України, так і до міжнародного рівня.

Характеризувати універсальними показниками економічну безпеку потенціалу суб'єкта на різних рівнях ієрархії структур, таких як „країна”, „регіон”, „підприємство” – некоректно, оскільки кожен з цих рівнів має свою специфіку. Тому, концепція економічної безпеки господарюючого суб'єкта (країни, регіону, підприємства) повинна розроблятися з урахуванням специфічних особливостей його функціонування.

Виділяють також окремі сфери та аспекти економічної безпеки національної економіки:

фінансова безпека, на яку впливає чимало чинників грошово-кредитної політики, політики запозичень, валютного регулювання, фіскальної сфери та податкової політики, інфляційних процесів та антиінфляційної політики, державного регулювання цін, динаміки платіжного балансу, внутрішнього і зовнішнього державного боргу;

соціальні аспекти економічної безпеки: політика доходів, реформування заробітної плати, пенсійна реформа, зменшення диференціації грошових доходів та подолання бідності, розвиток соціальної сфери, політика на ринку праці та зниження безробіття;

забезпечення ресурсної безпеки: енергетична безпека, продовольча безпека, екологічні аспекти економічної безпеки;

працересурсні аспекти економічної безпеки: демографічні чинники, внутрішня та зовнішня трудова міграція, розподіл економічно активного населення між секторами економіки, якість робочої сили, структурні аспекти її пропозиції, продуктивність праці;

тінізація економіки як загроза економічній безпеці: форми і методи тінізації економічних відносин і економічної злочинності та засоби їх зменшення, проблеми тіньової зайнятості, засоби і методи легалізації тіньових доходів та капіталу. економічні аспекти поширення корупції та протидії їй;

воєнно-економічна безпека: оборонний бюджет, економічні аспекти конверсії, економічні проблеми розвитку та впровадження технологій подвійного призначення та створення стійкого національного оборонно-промислового комплексу, економічні аспекти експорту зброї, економічні аспекти формування мобілізаційних а стратегічних резервів;

технологічна безпека в контексті розвитку науково-технічного потенціалу держави, розбудови інноваційної економіки та здійснення інноваційної політики держави, поширення ресурсо- і енергозберігаючих технологій. Обґрунтування пріоритетів державної підтримки науки і техніки в контексті зміцнення технологічної безпеки;

замкнутість технологічних циклів, стан інфраструктури, міжгалузеві пропорції, відтворення основного капіталу і їхній вплив на економічну безпеку.

Усі наведені рівні економічної безпеки об'єднані складною системою економічних взаємозв'язків як по вертикалі, так і в межах одного рівня – горизонтальними зв'язками. Вертикальні й горизонтальні зв'язки

характеризують тісні взаємозв'язки всіх рівнів, які засновані на прагненні реалізувати свої цілі за допомогою найбільш адекватних механізмів. У такій системі одночасно існують різнонаправлені тенденції як зміцнюючі, так і послабляючі економічну безпеку, тобто система економічних відносин, яка складається в сучасному суспільстві, є конфліктною. Практично будь-яке масштабне економічне рішення породжує певний конфлікт інтересів, результатом якого можуть стати як позитивні економічні зміни, так і послаблення економічної безпеки на певному рівні. Таким чином, наявність постійних джерел загроз створюють потенціал для негативних впливів на компоненти економічної системи. Однак конкретна реалізація того чи іншого негативного впливу залежить від уже сформованих особливостей функціонування економічного механізму, від здатності ринкової системи до саморегулювання й наявності адекватних механізмів реагування державних структур.

Список використаних джерел:

1. *Мактулин В. Комплексная экономическая безопасность / В. Мактулин // Бизнес и безопасность. – 1999. - №3. – С. 27-28.*
2. *Мірошниченко О.В. Теоретичні аспекти дослідження питання національної економічної безпеки / О.В. Мірошниченко // Вісник економічної науки України. – 2007. – № 2. – С. 110-115.*

УДК 338

Люта Л.І., аспірант

Уманський національний університет садівництва

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Сучасні умови господарювання все частіше ставлять перед країнами нові вимоги, своєчасне задоволення яких забезпечить стійкі тенденції розвитку економіки. Це, в свою чергу, гарантуватиме можливість зміцнення економічної безпеки держави за рахунок підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів та послуг, виходу на світові ринки та міжнародне співробітництво.

На даний час більшість країн світового співтовариства орієнтуються на формування інноваційної моделі розвитку всіх галузей економіки, адже на перший план виходить застосування новітніх технологій, використання світового наукового здобутку та результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.

На жаль, стан науково-технічного та інноваційного потенціалу України не може відповідати вимогам сьогодення, тому актуальною є проблема забезпечення технологічної безпеки країни, яка полягає у впровадженні новітніх технологій, досягненні технологічного прогресу, збереженні такого рівня вітчизняного науково-технічного й виробничого потенціалу, який у разі погіршення внутрішніх і зовнішніх умов забезпечив би виживання національної економіки за рахунок використання власних інтелектуальних і технологічних ресурсів, збереження державної незалежності [2].

Проблемам формування теоретичних засад забезпечення технологічної

безпеки країни присвятили наукові дослідження І.Ф. Бінько, М.М. Єрмошенко, Г.В. Жавронкова, А.І. Сухоруков і ін. Вагомий внесок в дослідження інноваційного аспекту економічної безпеки внесли такі вчені як Ю.М. Бажан, В.М. Геєць, О.О. Лапко, П.Т. Саблук, Л.І. Федулова. Проте, дослідженням технологічної безпеки аграрної галузі не знайшли в достатньому обсязі висвітлення та вирішення в науковій літературі.

Оскільки, Україна за своїм природно-ресурсним потенціалом, історично сформованих напрямом господарювання та особливостями ментальності є аграрною країною з високою часткою сільськогосподарської продукції у валовому внутрішньому продукті, то головну увагу слід звернути на вирішення ключових питань забезпечення технологічної безпеки в аграрній галузі.

На думку Г.В. Жавронкової технологічну безпеку аграрної галузі слід розуміти як такий стан науково-технологічного та виробничого потенціалу аграрної галузі, який дає змогу забезпечити належне функціонування галузевої економіки, достатнє для досягнення та підтримки конкурентоспроможності продукції, а також гарантування фінансової незалежності за рахунок власних інтелектуальних і технологічних ресурсів [1].

Для повнішого розуміння технологічної безпеки аграрної галузі розглянемо основні чинники її забезпечення, які включають дотримання інтересів сільськогосподарських та переробних підприємств щодо розвитку технологій та впровадження інновацій, визначення загроз галузевим інтересам, що тягнуть за собою зниження рівня технологічної безпеки, а також формування державної політики щодо покращення її стану, як однієї з передумов розвитку сільського господарства та агропромислового комплексу країни загалом [1].

На нашу думку, першочерговим завданням є визначення основних загроз та інтересів суб'єктів господарювання аграрної галузі. Проведений системний аналіз стану сільськогосподарського виробництва дав можливість виявити потенційні загрози технологічної безпеки, перелік яких наведено в таблиці 1.

Відповідно до окреслених загроз пріоритетними інтересами забезпечення технологічної безпеки аграрної галузі мають стати: здійснення кардинальної модернізації виробництва та розвиток його наукомістких галузей; істотне зменшення енергомісткості та матеріаломісткості продукції; здійснення широкого кола інституційних змін; збереження та розвиток інтелектуального та науково-технічного потенціалу України; здійснення реформ агропромислового комплексу; залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій в науково-технологічну та інноваційну діяльність аграріїв; участь в міжнародній науково-технічній кооперації; забезпечення високоякісних конкурентоспроможних сільськогосподарських товарів та послуг; вдосконалення товарної структури експорту та імпорту; підтримка вітчизняних експортерів та сприяння виробництва імпортозамінної аграрної продукції [2].

Основні загрози технологічної безпеки аграрної галузі

Внутрішні загрози	Зовнішні загрози
1. Високий рівень матеріало- та енергомісткості продукції	1. Некерований відтік за кордон інтелектуальних і трудових ресурсів
2. Застарілі технології агровиробництва	2. Низька частка імпорту високотехнологічного обладнання та машин сільськогосподарського призначення
3. Недостатній рівень фінансування інноваційної діяльності аграрних підприємств	3. Низький рівень конкурентоспроможності агропромислових товарів та послуг на експорт
4. Домінування базових процесів виробництва сільськогосподарської продукції з низьким рівнем технологічної обробки сировини	4. Недостатня інституційна та фінансова підтримка державою науково-технологічної та інноваційної діяльності сільськогосподарських виробників
5. Низька частка технологічних інновацій в переробній галузі	5. Недосконалість законодавчої бази з питань гарантування економічної безпеки
6. Відсутність кваліфікованого персоналу	6. Незацікавленість вітчизняних підприємств у міжнародній науково-технічній кооперації та використанні світового інтелектуального і наукового здобутку у сфері аграрного виробництва
7. Консерватизм керівництва суб'єктів господарювання в питаннях модернізації виробничих процесів	7. Відсутність іноземного інвестування інноваційних трансформацій в аграрній галузі
8. Відсутність можливостей для кооперації аграрних підприємств з науковими організаціями	
9. Високі ризики та тривалий термін окупності технологічних нововведень	

З метою підвищення рівня технологічної безпеки аграрної галузі державна політика розвитку науково-технологічної діяльності повинна проводити організацію наукових досліджень та освоєння світового інноваційного досвіду аграрними підприємствами, сприяти підвищенню інтелектуального рівня кадрового забезпечення через розвиток системи національної освіти, підвищувати рівень фінансування науково-технічних розробок за рахунок інвестування інноваційного розвитку. Крім того, держава повинна сприяти участі вітчизняних суб'єктів господарювання в міжнародному трансферті технологій та наукоємної продукції, запровадженні кооперації сільськогосподарських підприємств з науковими організаціями з метою розвитку територіальних утворень інноваційного типу та проведенні розбудови науково-інноваційної інфраструктури аграрної галузі [3].

Таким чином, відповідно до вимог сьогодення постає надзвичайно важливе питання забезпечення технологічної безпеки аграрної галузі, що є одним із найважливіших пріоритетів, від якого залежить прогресивний економічний розвиток України та захист державної незалежності, адже науково-технологічна модернізація сільського господарства дозволить забезпечити стабільний розвиток агропромислового комплексу та гарантуватиме приріст валового внутрішнього продукту через виробництво наукоємної продукції.

Список використаних джерел:

1. Жаворонкова Г.В. Технологічна безпека: регіональний аспект // Міжнародна стратегія економічного розвитку регіону: Матер. доповідей II Міжн. наук.-практ. конф. 18-20 травня 2011 р., м. Суми. – Суми: СДУ, 2011 – С. 67-68.
2. Шлемко В.Т. Економічна безпека України: сутність і напрямки забезпечення : монографія / В.Т. Шлемко, І.Ф. Бінько. – К.: НІСД, 1997. – 144 с.
3. Науково-технічний потенціал та інноваційна безпека України. А.І.Сухоруков [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.inventure.com.ua/main/analytics/security/govsecurity/naukovo-tehnolog456chnii-potenc456al-ta-456nnovac456ina-bezpeka-ukrani>

УДК 336.276

*Мехеда Н.Г. к.е.н., доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

МЕХАНІЗМИ ВИЯВЛЕННЯ ТА ЗАПОБІГАННЯ ЗАГРОЗ КАДРОВІЙ БЕЗПЕЦІ

Кадрова безпека — це процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства через ризики і погрози, пов'язані з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом. Кадрова безпека відіграє домінуючу роль у системі безпеки компанії, оскільки це робота з персоналом, кадрами, а вони в будь-якій організації первинні.

До найпоширеніших видів порушень належать: афери з боку провідних спеціалістів, «відкат», фальсифікація сум «живих грошей» («готівки») у касі й сум на банківських рахунках, підrobка чеків підприємства, несанкціонований продаж і використання майна (власності) підприємства із корисливою метою, оплата роботи підставних («фіктивних осіб»), так званих «пролісків», фальсифікація документації підприємства за допомогою електронної техніки й Інтернету (наприклад, перерахування коштів підприємства на свій особистий рахунок, внесення «потрібних» змін у звітні документи), несанкціоновані операції із цінними паперами, матеріальними й нематеріальними активами підприємства, фальсифікація звітів про використання коштів, виділених на відрядження, «представницькі видатки», на інші потреби підприємства.

Мотивацію афер персоналу підприємства можна класифікувати так:

- особисті фінансові труднощі, неможливість задоволення життєвих потреб своїх та сім'ї;
- наявність слабких місць («дір») у системі управління діяльністю фірми (зокрема в системі бухгалтерського обігу);
- низька кваліфікація керівництва підприємства;
- нездоровий діловий клімат у колективі підприємства (наявність «скривджених»);
- психологічна готовність (схильність) працівника до зловживання службовим становищем;
- порочні зв'язки, вчинки, захоплення;
- відсутність налагодженого контролю з боку керівництва за діяльністю персоналу;

- слабкий кадровий менеджмент, що дає змогу займати відповідальні посади співробітникам-аферистам, неефективна персональна робота з кадрами.

Забезпечення кадрової безпеки є найважливішою ланкою роботи менеджера (директора) із персоналу. Причому варто аналізувати як внутрішню, так і зовнішню небезпеку.

Наприклад, внутрішні небезпеки такі: невідповідність кваліфікації співробітників до обійманої посади (небезпека, що спричиняє збитки); недостатня кваліфікація працівників (проблема, вирішити яку зобов'язані кадровики); слабка організація системи управління персоналом; слабка організація системи навчання; неефективна система мотивації (немає аналізу потреб кожної особистості й персональної мотивації); помилки в плануванні ресурсів персоналу (найчастіше на просту роботу приймають висококваліфікований персонал); відсутність творчих елементів у роботі; нецільове використання кваліфікованих співробітників; працівники орієнтовані на вирішення внутрішніх тактичних завдань; співробітники не орієнтовані на дотримання інтересів підрозділу (немає цільового управління); відсутність або слабкість корпоративної політики; неякісні перевірки кандидатів під час прийому на роботу.

Приклади зовнішніх небезпек: умови мотивації в конкурентів кращі, установка конкурентів на переманювання, зовнішній тиск на співробітників, втягування їх у різні види залежності, інфляційні процеси (їх слід урахувати під час розрахунку заробітної плати).

Найкращий вибір керівника — це лояльний співробітник. Лояльність — задоволеність співробітника умовами, винагородою, ростом і перспективами, колективом, захистом від зовнішніх погроз

Кадри — найважливіший ресурс підприємства. Вони не тільки вирішують все, а й можуть позбавити всього.

Виявивши основні напрями виникнення загрози для кадрової безпеки, можна перейти до планування й організації заходів для її забезпечення в усіх напрямках кадрового менеджменту підприємства (фірми), від зарахування на роботу тощо. Тут можливі всілякі кадрові технології, основною серед яких вважають тестування [1].

Наступним напрямом кадрової роботи є «адаптація» персоналу. Помилка багатьох служб управління персоналом полягає в тому, що цю кадрову технологію досліджують тільки на професійному й побутовому рівнях, а лояльність — поняття нетривке. Час адаптації — це не два місяці випробувального терміну, — вони індивідуальні для кожної особистості й кожної соціальної групи працівників.

Контроль як елемент кадрової безпеки — це комплекс засобів, установлений для персоналу (зокрема й для адміністрації), регламент, обмеження, режими, технологічні процеси, оцінювальні, контрольні та інші операції. Цей комплекс безпосередньо спрямований на ліквідацію можливостей заподіяти збитки. Його регулює, як правило, служба безпеки або інші підрозділи, але меншою мірою служба персоналу.

Названа служба у цьому напрямі повинна організувати демократичну й прозору систему атестації персоналу, пов'язуючи її з діючою системою оплати праці. Саме справедливість в оплаті праці — основна домінанта формування патріотизму, причому важливо не скільки платять, а наскільки це обґрунтовано й справедливо всередині колективу.

Стимулювання в умовах комерційних структур. Насамперед, це матеріальне заохочення. Ефективна фінансова політика щодо співробітників — застава безпеки фірми. Маленька зарплата фахівця може стати великою втратою для організації. Висока зарплата таїть у собі не менше проблем. Розумна зарплата плюс премія за кожний вдалий крок або за стабільну роботу — найоптимальніше рішення. Як зазначав експерт Д. Староверов: «Гроші — ще не все». У людини виникають різні потреби [2].

Вирішення особистих проблем. пропаганда корпоративності. інформаційна політика. Недостача інформації призводить до виникнення чуток, службових інтриг, пліток і домислів. Запобігти або зменшити загрозу негативних тенденцій треба за допомогою: чіткої інформаційної політики; коректного ведення справ; чіткого окреслення компетенції й посадових обов'язків; профілактичних бесід із тими, кого можна вважати «інтриготворцями».

І, нарешті, останнє — розумна політика «звільнення». Людина повинна піти з почуттям, що її тут ніхто не кривдив, її радо зустрінуть як гостя. Не можна допускати погляду «ворога». Це бомба сповільненої дії. Є багато причин звільнення, 10–15 хвилин розмови керівника зі звільненим — і знешкоджено ще одну загрозу кадровій безпеці.

Список використаних джерел

1. Люссато А. Тесты по подбору персонала. — СПб.: Нева, 2003.

2. Староверов Д. Лояльность персонала как фактор безопасности бизнеса // <http://union.kz/ru/biz/kadbez/004kad/>

УДК 334.012

*Мігус І.П., д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ВПЛИВ ІНСАЙДЕРІВ НА ПОРУШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Недостатня увага в діяльності акціонерних товариств приділяється інформаційно-психологічній складовій економічної безпеки. Особливо гостро це питання проявляється на фоні недостатнього рівня організації корпоративного управління та використання зацікавленими особами інсайдерів для отримання необхідної їм інформації.

Використання інсайдерської інформації саме у цей перехідний період підвищує загрози рейдерських захоплень з метою зміни власників та недружнього поглинання. Прийняті правила проведення операцій з інсайдерами є частиною кодексу корпоративної етики і однією з практик корпоративного управління, які повинні використовувати всі акціонерні товариства, що хочуть отримати статус публічної компанії, що й підтверджує актуальність теми дослідження.

На сьогоднішній день існує все більше можливостей отримання інформації, в тому числі й інформації з обмеженим доступом, тобто такої інформації, витік якої може завдати шкоди її власнику. З'являється все більше загроз витоку даних, а з розвитком новітніх технологій способи їх отримання постійно вдосконалюються. Отже, існує і багато засобів, що повинні забезпечувати захист інформації з обмеженим доступом. Крім технічних засобів захисту є безліч інструкцій, правил, які регламентують поведження із такою інформацією, а також є ціла низка нормативних актів, з яких ці інструкції випливають. Та захоплюючись технічними можливостями витоку та захисту від витоку інформації багато керівників забувають, що загроза витоку інформації може бути пов'язана з їхнім власним персоналом, тобто з інсайдерами.

Термін інсайдер походить від англійського «inside» – в середині – і зазвичай означає коло осіб (і юридичних, і фізичних), які мають доступ до закритої інформації [1].

Більш широка класифікація інсайдерів представлена російською компанією Info Watch [2]. Фахівці компанії фокусують увагу винятково на захисті даних від витоку, спотворення і знищення, і тому їх погляди відрізняються більшою глибиною аналізу.

«Недбалий інсайдер» - цей вид інсайдерів є найчисленнішим серед інших. Зазвичай ним є рядовий внутрішній співробітник, який порушив вимоги про конфіденційність інформації через свою неухважність. Таким чином, у діях даного виду інсайдера не можна знайти ні користі, ні наміру, ні будь-яких цілей – він порушує вимоги про конфіденційність інформації невмотивовано.

«Інсайдер, яким маніпулюють» підпадає під дію так званої «соціальної інженерії», яка впливаючи на них, спонукає до знехтування деякими заплутаними і «непотрібними» інструкціями, які забороняють будь-яке розкриття конфіденційної інформації заради «кращого» компанії.

«Скривджений інсайдер» - це співробітник компанії, що розкриває конфіденційну інформацію для того, щоб здійснити помсту компанії з особистих мотивів. А ці мотиви можуть бути найрізноманітнішими - від образи на директора компанії, який у черговий раз не підвищив співробітника на посаді, до елементарної відсутності моральної мотивації працювати на краще компанії.

Скривженого інсайдера можна виявити за наступними двома ознаками:

- 1) у його наміри не входить залишити компанію;
- 2) його метою є нанесення шкоди, а не викрадення інформації як такої.

Таким чином, дані інсайдери діють так, щоб керівництво компанії не здогадалося про те, що інформація була викрадена саме ним, тому натрапивши на технічний бар'єр, що перешкоджає викраденню інформації, такий інсайдер, як правило, направить свою руйнівну силу на будь-який інший об'єкт, наприклад, на викрадення майна компанії або на фальсифікацію чи знищення наявної інформації. Важливим є й те, що ображений інсайдер при викраденні інформації виходить з власних міркувань про її важливість і значущість для компанії. У визначенні адресата, якому слід передати викрадену інформацію,

скривджені інсайдери найчастіше зупиняють свій вибір на пресі або будь-яких тіньових структурах. При цьому оголошення і подальший шантаж - головна мета, яка ставилася ними.

«Нелояльний інсайдер» - це співробітник, що вирішив звільнитися або ж відкрити власний бізнес. Як правило, саме на таких людей падає перша підозра керівників компанії в разі викрадення інформації. Адаже часто так і виходить, що звільнюючись, співробітник з комерційного відділу приносить з собою копію бази клієнтів, а співробітник страхової компанії - копію бази застрахованих осіб. Тимчасові стажисти також можуть бути віднесені до даної категорії, оскільки останнім часом спостерігається збільшення розкрадання інформації з офісів високотехнологічних компаній Сполучених Штатів і Європи стажистами з країн третього світу.

Головною особливістю є те, що загроза даних інсайдерів є ненаправленою, тобто такі порушники часто не підозрюють про конкретну цінність викраденої ними інформації, а також іноді не мають уявлення про те, як вони збираються використовувати її у подальшому. Імітація виробничої необхідності - улюблений спосіб, що дозволяє скопіювати конфіденційну інформацію даними співробітниками, при цьому, їх досить часто помічають за таким заняттям [3].

Їх головна відмінність від скривджених інсайдерів полягає в тому, що нелояльні співробітники не приховують сам факт викрадення інформації. Навпаки, у деяких випадках вони навіть відкрито заявляють про це директору компанії, маючи на меті забезпечення більш комфортного звільнення: з наданням компенсацій, рекомендацій і певного роду гарантій. Намагаючись зібрати якомога більшу кількість конфіденційної інформації, даний тип співробітників являє собою ненаправлену загрозу для компанії.

«Інсайдер, що вирішив підзаробити». Проте, ситуація з нелояльними і скривдженими інсайдерами змінюється суттєвим чином, якщо вони попередньо вийшли на зв'язок з покупцем інформації, передбачуваної до викрадення. Головна відмінність буде полягати в меті: у інсайдерів, що вирішили підзаробити, та «засланих» інсайдерів - це буде прагнення заробити гроші за передачу інформації. У деяких випадках від правильності виконання «роботи» залежатиме їх власне життя і здоров'я. Інсайдер, що вирішив підзаробити, та «засланий» інсайдер не визначають мету викрадення інформації самостійно, це робить за них потенційний замовник. Також як і у випадку зі скривдженими співробітниками, інсайдер, що вирішив підзаробити, буде прагнути якомога надійніше приховати свої дії від сторонніх спостерігачів (принаймні, поки їм не вдасться викрасти інформацію), однак при цьому цілі скривджених і тих, хто вирішив підзаробити кардинально різняться.

Мотиви інсайдерів, що вирішили підзаробити, можуть різні: від бажання заробити суму, якої бракує їм для довгоочікуваної покупки, до дії з примусу, коли таких співробітників шантажують ті чи інші структури і вже не мають іншого вибору, як викрасти конфіденційну інформацію, тому що в протилежному випадку на кону стоїть їх власне життя чи здоров'я або життя і здоров'я членів їх сім'ї. З цієї причини, такий інсайдер, не зупинить своїх спроб у разі технічних бар'єрів, що перешкоджають отриманню інформації. Імітація

виробничої необхідності - також досить часто застосовується ними хід. У крайніх випадках такі співробітники можуть піти навіть на підкуп інших співробітників компанії.

«Засланий» інсайдер. Головна небезпека, що виходить від «засланих» інсайдерів, полягає в тому, що вони забезпечені необхідними технічними навичками, що дозволяють їм подолати всі технічні бар'єри на шляху до отримання конфіденційної інформації.

Отже, проаналізувавши види інсайдерів та їх вплив на порушення стану економічної безпеки різних суб'єктів господарювання, можна побачити, що ігнорування вищезазначених загроз призводить до серйозних збитків на підприємствах. У зв'язку з цим гостро постає питання підвищення ефективності роботи служби економічної безпеки акціонерних товариств та її взаємодії з внутрішніми підрозділами товариства та зовнішніми органами та управліннями.

Список використаних джерел:

1. Миркин Я., Миркин В. *Англорусский толковый словарь по банковскому делу, инвестициям и финансовым рынком: Свыше 10000 терминов.* [Текст] / Я. Миркин, В. Миркин - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 424 с.
2. Скиба Б. Ю., Курбатов Б. А. *Руководство по защите от внутренних угроз информационной безопасности* – М.: издательство Питер, 2008. – 320с.
3. Шульга І.П. *Роль інсайдерської інформації у забезпеченні економічної безпеки акціонерних товариств* [Текст] / І.П. Шульга // *Інвестиції: теорія і практика.* - №17. – вересень. – 2010. - С. 36-40.

УДК 330.45

*Міхно С.П., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*
**УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ:
КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД**

Стійкий розвиток сучасного банку залежить від вибору оптимальної стратегії, раціонального ринкового позиціонування і побудови ефективної системи фінансового менеджменту. Основними елементами системи фінансового менеджменту є: формування оптимальної структури активів та пасивів банку, прогнозування балансів, звітів про фінансові результати, фінансових планів та бюджетів; управління ризиками; регулювання цінової політики і управління собівартістю.

Поєднання цих основних елементів фінансового менеджменту із гнучкою маркетинговою політикою дає змогу максимізувати банківські доходи та отримати істотні конкурентні переваги. Усі складові є важливими для операційної діяльності, однак функціонування кредитно-депозитних організацій в умовах жорсткої конкуренції та фінансової кризи висувують на передній план систему управління ризиками.

Для закордонних банківських установ формування комплексної системи ризик-менеджменту є невід'ємним елементом управління, що неможливо стверджувати для вітчизняних банків. Швидка зміна ринкових ситуацій робить актуальним управління усіма видами ризику, які в умовах кризи стають критичними.

У 2004 році НБУ запроваджує принципово новий концептуальний підхід до нагляду за банківськими установами, який викладений у методичних

рекомендаціях щодо організації та функціонування системи ризик-менеджменту в банках та системи оцінки ризиків [2; 3]. Суть концепції полягає у необхідності створення кожною банківською установою комплексної системи ризик-менеджменту, яка б забезпечувала надійний процес управління усіма видами ризику на усіх рівнях організації, зокрема з урахуванням взаємного впливу різних категорій ризиків, а також сприяла вирішенню питання конфлікту завдань між необхідністю отримання доходу та мінімізацією ризиків.

З точки зору Національного банку, ризик – це ймовірність того, що події, очікувані або неочікувані, можуть мати негативний вплив на капітал та/або надходження банку. Ризик-менеджмент – це система управління ризиками, яка включає в себе стратегію і тактику управління, скеровані на досягнення основних бізнес-цілей банку.

Управління ризиками – це процес, за допомогою якого банк виявляє (ідентифікує) ризики, проводить оцінку їх величини, здійснює їх моніторинг і контролює свої ризикові позиції, а також враховує взаємозв'язки між різними категоріями (видами) ризиків.

Мета управління ризиками – сприяти підвищенню вартості власного капіталу банку, одночасно забезпечуючи досягнення цілей багатьох зацікавлених сторін, а саме: клієнтів та контрагентів; керівників; працівників; спостережної ради й акціонерів (власників); органів банківського нагляду; рейтингових агентств, інвесторів та кредиторів; інших сторін.

НБУ уповноважує нести відповідальність за розроблення і запровадження комплексної системи ризик-менеджменту банку спостережну раду і правління, а також рекомендує створювати на рівні вищих колегіальних органів банку окремі профільні комітети; залучати незалежних експертів та інших спеціалістів для побудови систем внутрішнього контролю та оцінки їх адекватності. Такі організаційні зміни можуть бути виконані за допомогою залучення внутрішніх аудиторів банку як консультантів щодо побудови систем внутрішнього контролю, укладання угод про аутсорсинг консультаційних чи аудиторських послуг, а також через залучення зовнішніх аудиторів до тестування систем внутрішнього контролю. Залежно від вибраної організаційної структури банку, обсягу та рівня складності операцій банки повинні здійснювати виділення підрозділів та проводити розподіл функцій між ними на рівні територіальних чи інших підрозділів (філій, відділень, департаментів, управлінь тощо).

Ефективність системи управління ризиками забезпечується організаційною незалежністю від конкретної діяльності фахівців банку, пов'язаної з прийняттям відповідних ризиків, а також дотриманням принципів корпоративного управління, схвалених рішенням Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку.

Комплексна система управління ризиками повинна передбачати також розробку внутрішньобанківських нормативних документів, в яких необхідно відображати:

- місію банківської установи;

- цілі, завдання та стратегію роботи банку щодо управління ризиками; концепції управління ризиками в банку;
- політики щодо управління окремими категоріями ризиків та бізнес-плани їх впровадження;
- регламентні документи колегіальних органів, функціональних та територіальних підрозділів, посадові інструкції, ліміти та повноваження.

Оскільки ринкові умови і структури банків є різними, то кожна установа має розробити свою власну програму та системи управління ризиками, відповідно до своїх потреб і обставин. Так, більший банк, що має підрозділи в різних географічних регіонах, виконує складніші операції, повинен мати досконалішу та розвиненішу систему управління ризиками.

Незалежно від своєї структури, кожна система управління ризиками має включати такі елементи: ідентифікація (виявлення) ризику, вимірювання ризику, контроль і моніторинг ризику (рисунок).

Виявлення ризику має бути постійним процесом і полягає у визначенні видів ризиків, що загрожують діяльності банку. Аналізу підлягають і чинники, що спричинили появу цих ризиків і які можна поділити на дві групи: екзогенні (зовнішні щодо банку) та ендогенні (внутрішні).

Вимірювання ризику, або кількісна та якісна оцінка полягає у визначенні чинників оцінки ризику, які є рекомендованими критеріями, та встановленні інструментів вимірювання, надійність яких банк має періодично перевіряти. Тобто система оцінки ризиків передбачає визначення таких параметрів ризику банку:

- кількість ризику – це рівень або обсяг ризику, на який наражається банк і який оцінюється за трибальною шкалою – незначна, помірна або значна;
- якість управління ризиком, тобто наскільки добре здійснюється виявлення, вимірювання, контроль і моніторинг ризиків та оцінюється як висока, така, що потребує вдосконалення, або низька;
- сукупний ризик є узагальненим висновком щодо кількості ризику та якості управління ризиком і оцінюється як високий, помірний або низький за кожним видом ризику. Сукупний ризик відображає рівень занепокоєння органів нагляду і визначає стратегію нагляду, тобто які конкретні заходи щодо цього банку будуть вжиті банківським наглядом Національного банку і які ресурси будуть для цього виділені;
- напрям ризику, тобто ймовірна зміна сукупного рівня ризику протягом наступних 12 місяців, характеризується як такий, що зростає, стабільний або такий, що зменшується. Напрямок ризику також впливає на стратегію нагляду, зокрема на те, які додаткові наглядові заходи можуть бути вжиті.

Контроль ризику полягає у перегляді і встановленні обмежень ризику і доведенні їх до виконавців за допомогою положень, стандартів та/або процедур, які визначають обов'язки і повноваження кожного.

Моніторинг ризику необхідний для забезпечення своєчасного відстеження рівнів ризиків і винятків із тих чи інших правил. Звіти про моніторинг мають бути регулярними, своєчасними, точними та інформативними і надаватися відповідним посадовим особам для вжиття необхідних заходів.

З метою здійснення банківського нагляду Національний банк виділив дев'ять категорій ризиків відповідно до того, чи є залежність між ризиками і доходами (таблиця). Отже, ризики поділені на дві групи: ризики, що піддаються кількісній оцінці (фінансові ризики), та ризики, що не піддаються кількісній оцінці (нефінансові ризики).

Управління фінансовими ризиками полягає в їх оптимізації та спрямоване на забезпечення отримання банком відповідної винагороди за прийняття ризику. Управління нефінансовими ризиками зводиться до їх мінімізації. Рішення щодо управління ризиками можуть передбачати, зокрема, уникнення ризику: відмову від його прийняття; його мінімізацію, зокрема за рахунок пом'якшувальних чинників та/або передавання (трансферту) ризику на інших осіб (через похідні інструменти або страхування), установлення лімітів на експозицію банку та інші методи впливу на ризик (носія ризику) або рівень уразливості банку до нього.

Загалом наявність такого комплексного підходу до нагляду за банками з погляду ризику вже є позитивним моментом. Негативним є те, що за останні шість років цей підхід не набув подальшого розвитку та й особливо ретельного впровадження в банківську практику також. Це є проблемою, яка особливо відчутна в умовах фінансової кризи.

Підвищенню ефективності управління ризиками сприяло б запровадження Національним банком уніфікованої методики оцінювання ризиків, розробку якої він покладає на підрозділ банку з ризик-менеджменту. Така методика дала б змогу порівнювати банки між собою та щодо встановлених обмежень показників. У разі необхідності комерційний банк може доповнювати рекомендовану систему оцінки своєю.

Особливо в умовах кризи доцільно було б визначити систему показників, які б комплексно характеризували ризикованість діяльності банку та за якими б звітували усі комерційні банки подібно до обов'язкових економічних нормативів.

Список використаних джерел:

1. Основні показники діяльності банків України // Вісник НБУ. – 2010. – №2. – С. 33.
2. Методичні рекомендації щодо організації та функціонування систем ризик-менеджменту в банках України: Постанова Правління НБУ від 02.08.2004 р. № 361 [електронний ресурс] // режим доступу до тексту : <http://zakon2.rada.gov.ua>.
3. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків» : Постанова Правління НБУ від 15.03.2004 р. № 104 [електронний ресурс] // режим доступу до тексту : <http://zakon2.rada.gov.ua>.
4. Довгань Ж. Управління кредитними ризиками банків в умовах економічної кризи // Вісник НБУ. – 2010. – №8. – С. 51–55.
5. Бобиль В. Механізм стабілізації банківської системи України в період фінансової кризи // Україна: аспекти праці. – 2009. – №1. – С.28–32.
6. Дмитров С., Медвідь Т. Новітня компонента в системі банківських ризиків // Вісник НБУ. – 2010. – №4. – С. 11–15.

*Молдован О. О., аспірант відділу економічної стратегії
Національний інститут стратегічних досліджень*

ПОСИЛЕННЯ СТРУКТУРНИХ ДИСБАЛАНСІВ ЧОРНОЇ МЕТАЛУРГІЇ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ ЯК ЧИННИК ПОГІРШЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Чорна металургія як базова галузь відіграє надзвичайно важливу роль в економіці України. Вона формує 6,5% вітчизняного ВВП, 22 % промислового виробництва, 34 % товарного експорту, є реципієнтом 7,5 % всіх інвестицій, спрямованих в промисловість, підприємства галузі забезпечують 6,3 % податкових надходжень зведеного бюджету. Здійснюючи масштабний вплив на економічний розвиток України, проблеми розвитку чорної металургії прямо та опосередковано впливають на стан економічної безпеки держави, відповідно, її структурні дисбаланси формують серйозні загрози для окремих складових економічної безпеки держави. Для доведення цієї гіпотези, доцільно визначити чинники, які вплинули на погіршення стану різних складових економічної безпеки в умовах кризи, джерелами яких є структурні дисбаланси чорної металургії України.

1. Макроекономічна безпека. У фазі найглибшого падіння економіки в 2009 році 26,7%-ве падіння обсягів виробництва в металургії внесло 8,2 п. п. в 21,9%-ве падіння обсягів промислового виробництва. Якщо враховувати вплив пов'язаних з металургією галузей, то цей внесок складає 13,6 п. п. [1, с. 127]. Відновлення економіки України в 2010-2011 рр. було майже на третину забезпечено зростанням обсягів виробництва в чорній металургії.

2. Бюджетна безпека. На бюджетну безпеку негативно вплинули такі чинники. По-перше, зменшення доходів державного бюджету від сплати металургійними підприємствами податку на прибуток. Зниження обсягів виробництва та експорту, а також висока собівартість продукції привели до погіршення фінансових результатів металургійних підприємств. За даними ВГО «Укрметалургпром», якщо в 2008 році прибуток підприємств галузі склав 17 млрд. грн., то в 2009 році збитки склали 5 млрд. грн., в 2010 р. – 3,5 млрд. грн. Таким чином, вітчизняні металургійні підприємства фактично не сплачували податок на прибуток. По-друге, зменшення відрахувань до соціальних фондів. Через звуження фонду оплати праці, обумовленого масовими звільненнями, зменшення рівня заробітної плати та скорочення часу праці, металургійні підприємства зменшили відрахування до соціальних фондів, чим посилили тиск на дані установи;

3. Зовнішньоекономічна безпека. Скорочення виробництва в чорній металургії призвело до зменшення експорту чорних металів на 53,6%, або на 12,82 млрд. дол., що зменшило загальний товарний експорт на 11,2% ВВП, погіршивши сальдо зовнішньої торгівлі. Скорочення виробництва та експорту чорних металів внесло 24 п. п. в 37,4%-е загальне падіння експорту в 2009 році. Водночас, за рахунок випереджаючого падіння експорту чорної металургії, її частка скоротилася з 41,2% до 32,3% в структурі експорту.

4. Боргова безпека. В процесі проведення кредитних операцій металургійні підприємства неадекватно оцінили свої можливості по погашенню кредитів, внаслідок чого зростають боргові зобов'язання підприємств, а банки стикаються з кредитним ризиком несплати позичальником основного боргу і відсотків, що належать кредиторам. Проаналізувавши інформаційні повідомлення ЗМІ стосовно залучення іноземних боргових ресурсів, ми виявили, що зобов'язання металургійних підприємств на початку 2011 року перед зарубіжними кредиторами склали близько 8,7 млрд. дол., що складало 16,5% зовнішнього боргу сектору нефінансових корпорацій та 6,8% валового зовнішнього боргу України.

5. Валютна безпека. Як резонно відмічають Ю. В. Макогон та М. Г. Шпундра, падіння світових цін на метал уже у вересні 2008 р. спричинило скорочення золотовалютних резервів країни, а у жовтні – паніку на міжбанківському ринку й девальвацію гривні. Причина проста: у країні стало менше грошей, а у зовнішніх інвесторів – більше сумнівів у найближчих перспективах її економіки [2, с. 86]. Скорочення експорту в 2010 році привело до зменшення притоку валюти на 12,82 млрд. дол., що посилило тиск на валютний ринок України та сприяло зменшенню золотовалютних резервів.

6. Науково-технологічна безпека. Дана складова економічної безпеки тісно залежить від інноваційної діяльності підприємств чорної металургії. З одного боку, кризові явища в чорній металургії в 2009-2010 рр. загальмували динаміку інвестицій: багато з вітчизняних підприємств були вимушені заморозити раніше початі інвестиційні проекти, що у свою чергу відкидає назад розвиток металургії України. З іншого – для відновлення своїх позицій українським підприємствам необхідно продовжувати інноваційну діяльність з метою підвищення ефективності виробництва, тому зниження 2010 року інноваційної активності металургійних підприємств було відносно помірним. За даними Державної служби статистики, у 2010 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалися 1411 підприємств, або 12,8% загальної кількості обстежених промислових (у 2008 р. – 1397 підприємств, або 13%), тобто на чорну металургію, яка вносить майже 30% у промислове виробництво, припадало в 2010 році лише 6,8% інноваційних заходів.

7. Енергетична безпека. З статистичної точки зору, криза в чорній металургії здійснила позитивний вплив на енергетичну безпеку України. Це проявилось в зниженні споживання всіх видів енергоносіїв. Зокрема, за даними «Нафтогазу України», в 2009 р. споживання газу в економіці впало до 51,9 млрд куб м - більш ніж на третину в порівнянні з 2005 р. З них тільки 26.8 млрд куб м припало на імпорт. Металургійні підприємства використали близько 5 млрд куб м газу, тоді як до кризи споживали близько 9,5 - 9,7 млрд куб м в рік. Таким чином, споживання та імпорт газу (металургія використовує імпортований) газ зменшилося на 4,5 млрд. куб м в рік [3]. Частково зниження споживання газу обумовлено спадом виробництва, водночас випереджаючі темпи скорочення споживання газу понад темпи спаду виробництва в 2009 р. свідчить про те, що підприємства паралельно раціоналізують виробничий процес. Для прикладу, меткомбінат «Азовсталь» відмовився від використання газу в доменному

виробництві, замінивши його коксом [4]. Аналогічні процеси спостерігаються і на інших металургійних підприємствах. Крім того, через спад та раціоналізацію виробництва підприємства чорної металургії зменшили споживання електроенергії в 2009 на 37% [4]. Зростання виробництва металопродукції в 2010-2011 рр. дещо збільшило споживання газу, проте енергоємність продукції знаходиться на нижчому рівні, аніж до кризи, що є позитивним наслідком політики зменшення енергетичних витрат.

8. Соціальна безпека. Через кризові явища в чорній металургії в 2008-2010 році чисельність персоналу скоротилася на 71,67 тис. осіб, або 25,7%. Крім того, середня номінальна заробітна плата в гривневому еквіваленті з урахуванням інфляції зменшилася на 5,6%. Це посилило тиск на ринок праці України, збільшило кількість безробітних та зменшило реальні наявні доходи населення, особливо відчутно в тих регіонах, де металургійні підприємства є містоутворюючими.

Таким чином, криза в чорній металургії здійснила відчутний вплив на різні складові економічної безпеки України. В більшості випадків, це був негативний вплив, хоча в окремих аспектах (оптимізація чисельності персоналу, раціоналізація виробництва) мав місце позитивний ефект. Загалом криза, ще більше загострила необхідність глибоких структурних перетворень у чорній металургії України з метою забезпечення достатньої конкурентоспроможності продукції, здійснення технічного переозброєння та модернізації в металургійній галузі, насамперед у сфері енергоефективності та ресурсозбереження.

Список використаних джерел:

1. Молдован О. О. Металургійний комплекс України в умовах кризи: причини глибокого спаду та чинники адаптації / О. О. Молдован // Стратегічні пріоритети. - 2009. - № 4 (13). - С. 123-133
2. Макогон Ю. В Криза у світовій економіці: стратегічні пріоритети металургії України / Ю. В. Макогон, М. Г. Шпундра // Стратегічні пріоритети. - 2009. - № 1 (19). - С. 86-96.
3. Молдован О. О. Металургійний комплекс України в умовах кризи: причини падіння та напрямки покращення ситуації [Електронний ресурс] : аналітична записка НІСД / О. О. Молдован. - Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/September09/3.htm>
4. Украинская металлургия отказывается от газа // Цензор.нет. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://censor.net.ua/ru/forum/view/451926/ukrainskaya_metallurgiya_otkazyvaetsya_ot_gaza

УДК 658.5 : 338.5 + [007.5 : 65.012.8]

Овчаренко Є.І., к.е.н., доц. кафедри менеджменту та економічної безпеки

Прус Н.В., аспірант кафедри менеджменту та економічної безпеки

Східноукраїнський національний університет ім. В. Даля

ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Становлення і розвиток ринкових механізмів в Україні характеризується високим рівнем невизначеності зовнішнього середовища, інституційною недостатністю, високим рівнем політичної і соціальної нестабільності в суспільстві, що веде до виникнення різноманітних зовнішніх та внутрішніх загроз діяльності підприємства. У зв'язку з цим створення власної системи економічної безпеки, яка б забезпечувала його стабільну і максимально ефективну діяльність, стає одним з найважливіших питань для кожного

вітчизняного підприємства. Функціонування системи економічної безпеки підприємства передбачає використання та інтеграцію ресурсів підприємства, що потребує певних витрат. Так, прагнучи мінімізувати вплив таких ринкових чинників як невизначеність, конкуренція, опортунізм, асиметрія інформації на свою діяльність, підприємства вимушені нести певні витрати, які за своєю суттю є трансакційними. Водночас, забезпечення стабільної виробничої діяльності, яке є необхідною умовою забезпечення економічної безпеки підприємства, спричиняє виникнення трансформаційних витрат. До того ж слід враховувати, що трансформаційні і трансакційні витрати є взаємозалежними, мінімізація одного виду витрат зумовлюють суттєве збільшення іншого виду, що відповідно позначається на економічній безпеці підприємства. Все це зумовлює необхідність оптимізації витрат в системі економічної безпеки підприємства.

У світовій теорії й практиці проблемам планування приділяється достатньо уваги. Результати досліджень провідних учених створили наукову базу для планування витрат виробничої діяльності підприємств. Проте питання планування трансформаційних та трансакційних витрат в системі економічної безпеки підприємства й дотепер залишаються поза увагою науковців. Отже, існує об'єктивна потреба теоретичного обґрунтування удосконалення планування трансформаційних та трансакційних витрат і необхідність створення інструментарію їх планування у системі економічної безпеки підприємства.

Функціонування системи економічної безпеки підприємства, під якою авторами розуміється упорядкована сукупність заходів, спрямованих на забезпечення діяльності підприємства від загроз зовнішнього та внутрішнього середовища, та сприяння стабільному його функціонуванню у відповідності до цілей бізнесу, передбачає використання ресурсів підприємства, вартісним виразом яких є витрати. Величина цих витрат суттєво впливає на рівень економічної безпеки, оскільки саме витрати обмежують прибуток підприємства, що негативним чином відбивається на ефективності діяльності підприємства. Розуміння витрат в історії економічної думки змінювалось разом із загальним розвитком економічної теорії, що обумовлює наявність великої кількості підходів до розуміння їх сутності. Проведений аналіз трактувань витрат у сучасній економічній літературі дозволяє згрупувати ці поняття у підходи, що розкривають їх сутність: ресурсного, фінансового, облікового та гармонізаційного. Зваживши на те, що однією з найважливіших умов ефективного функціонування системи економічної безпеки підприємства є найбільш раціональний розподіл та використання ресурсів з точки зору ресурсно-функціонального підходу, який обрано авторами дослідження у якості теоретичного підґрунтя, під витратами розуміється вартісний вираз ресурсів, які обмінюються та використовуються підприємством в процесі створення нової вартості

Аналіз економічної природи витрати, їх ролі та значення в системі економічної безпеки підприємства дозволив довести, що витрати є складною економічною категорією, яка поєднує в собі за змістом як процес формування

необхідного обсягу економічних ресурсів на підприємстві, так і процес їхнього використання. З'ясовано, що витрати на забезпечення економічної безпеки підприємства за своєю сутністю є трансакційними, оскільки вони виникають в процесі взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем. В зв'язку з тим, що процес забезпечення економічної безпеки підприємства носить комплексний характер та здійснюється за функціональними складовими, то авторами запропоновано класифікацію постійних та змінних трансакційних витрат в системі економічної безпеки підприємства шляхом їхнього угруповання за фінансовою, виробничо-технологічною, ринковою, інтелектуально-кадровою, політико-правовою, екологічною, силовою та інформаційно - аналітичною функціональними складовими такої системи, використання якої слугує цілям визначення найбільш витратних напрямів забезпечення економічної безпеки підприємства (рис.1).



Рис. 1. Витрати в системі економічної безпеки підприємства.

Авторами встановлено, що трансакційні витрати на забезпечення економічної безпеки та трансформаційні витрати є взаємозалежними. Ґрунтуючись на положеннях неінституціональної економічної теорії та ресурсно-функціонального підходу до розуміння сутності економічної безпеки підприємства, висунуто гіпотезу щодо впливу співвідношення

трансформаційних та трансакційних витрат на економічну безпеку підприємства. Оптимізувати витрати в системі економічної безпеки підприємства, враховуючи вплив співвідношення трансформаційних та трансакційних витрат на економічну безпеку підприємства можливо за допомогою їх планування. Головний сенс такого планування полягає у розподілі ресурсів підприємства за окремими функціональними напрямками для забезпечення ефективної діяльності підприємства у відповідності до його цілей.

Під планування витрат в системі економічної безпеки підприємства пропонується розуміти процес, перебіг якого припускає розподіл ресурсів підприємства за окремими функціональними напрямками для забезпечення ефективної діяльності підприємства у відповідності до його цілей. Результатом процесу планування витрат в такому розумінні є створення плану, що має бути підґрунтям узгодження цілей підприємства та його ресурсних можливостей з урахуванням впливу умов зовнішнього середовища підприємства. Незважаючи на певну очевидність існування залежності економічної безпеки підприємства від перебігу процесу планування витрат, слід звернути увагу на практично не вивчену площину формування такої залежності, пов'язану із якістю планування витрат підприємства в цілому та в розрізі трансформаційних й трансакційних витрат зокрема. Тому фахівцями з управління фінансово-економічною безпекою має бути приділено значну увагу. вивченню технології, методів, принципів планування витрат в системі економічної безпеки та дослідженню взаємозв'язку якості планування витрат та рівня економічної безпеки підприємства.

УДК 346.5:351.862.6

Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТИЛІ ЛІДЕРСТВА В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах нестабільності економіки і підприємництва важливе значення у процесі функціонування різноманітних підприємств грає поняття кадрової безпеки. Її забезпечення є необхідним при ліквідації соціальних та економічних загроз в виробничо-комерційній діяльності підприємства.

Кадрова безпека – це процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства через ризики і загрози, пов'язані з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом.

Кадрова безпека відіграє домінуючу роль у системі безпеки компанії, оскільки це робота з персоналом, кадрами, а вони в будь-якій організації первинні. В основі управління кадровою безпекою є управління персоналом. Оскільки без перевірки кадрів, їх ретельного відбору, навчання, перевірки їх особистих якостей і інших процедур не обійтись для організації збалансованого і ефективного трудового процесу, перед керівництвом стає питання кадрової безпеки. Можна захистити своє підприємство від зовнішніх загроз конкурентів

або інших незалежних умов, але в цей же час загроза може походити саме зсередини установи, від її працівників. Дослідження в області кадрової безпеки дають можливість зменшити цю загрозу, передбачити и припинити її, а також проводити профілактику.

Проблемі забезпечення кадрової безпеки присвячено багато наукових досліджень сучасних вчених. Багато робіт, присвячених цій проблемі, належить І.Г.Чумарину, який розглядає питання планування персоналу з точки зору кадрової безпеки, налаштування системи безпеки на підприємстві, захисту власного підприємства від ризику нанесення шкоди його кадрами і багато інших важливих аспектів. Т. Ткачук розглядає проблему промислового шпигунства і пов'язані з нею кадрові питання. Багато наукових робіт присвячено проблемі економічної безпеки загалом (такі автори, як О.А. Грунін, С.О. Грунін,) Однак, невирішеними залишаються питання практичного розрахунку ступеню кадрової безпеки на підприємстві, її правового забезпечення.

Внутрішні мотиви, які часто спонукають персонал виходити у своїх діях за рамки закону можна класифікувати так:

- особисті фінансові труднощі, неможливість задоволення життєвих потреб своїх та сім'ї;
- наявність слабких місць ("дір") у системі управління діяльністю фірми (зокрема в системі бухгалтерського обігу);
- низька кваліфікація керівництва підприємства;
- нездоровий діловий клімат у колективі підприємства (наявність "скривджених");
- психологічна готовність (схильність) працівника до зловживання службовим становищем;
- порочні зв'язки, вчинки, захоплення;
- відсутність налагодженого контролю з боку керівництва за діяльністю персоналу [1].

Однією із методик запобігання перелічених випадків є перевірка кандидатів іще під час співбесіди при прийнятті на роботу. Однак, ставлення працівника до роботи та його відповідальність може змінюватись вже під час роботи в залежності від стилю управління, що існує на підприємстві.

Досвідчений керівник розглядає свою команду як цілісний ресурс, турбується про неї і відстоює інтереси за будь-яких обставин. У більшості вітчизняних підприємств традиції «радянського» стилю управління вже майже втрачені, а сучасні управлінські технології поки що освоєні неповністю. В результаті, на практиці можна зустріти складні комбінації різних стратегій, які виявляються діаметрально-протилежними.

Без перебільшення, велике значення у забезпеченні кадрової безпеки, на ряду із стилями управління, мають стилі взаємодії лідера (керівника) із підлеглими, що визначає певні стилі лідерства, які відрізняються один від одного і мають свою специфіку. Зокрема в табл. 1 систематизовано п'ять найбільш розповсюджених стилів та загрози з точки зору безпеки відповідно до кожного з них.

Стили лідерства та їх коротка характеристика

Стиль лідера	Умови лідерства	Результат	Загрози кадрової безпеки
Домінуючий	Уміння створювати умови безперечного підпорядкування	Негайні дії	Негативна реакція працівників, плинність кадрів
Дискутуючий	Навички формування обопільного розуміння цілей	Підприємницький хист підлеглих	Якщо одна із сторін недовиконає роботу, результат не буде досягнуто.
Переконуючий	Вміння мотивувати інших	Створення у працівників переможного духу	Якщо необхідна мотивація недосяжна – робота непродуктивна
Створюючий приклад	Створення ідеального образу для слідування	Відданість і вірність до системи дій	Якщо лідер терпить поразку, його послідовники страждають ще більше ніж він.
Надихаючий	Вміння зрозуміти внутрішню мотивацію та цілі підлеглих та поєднати їх із цілями підприємства.	Надзвичайний успіх в діяльності	Може виникнути взаємна залежність один від одного і бажання бути весь час в одній команді

Домінуючий лідер зосереджений на отриманні результату, він віддає команди на виконання. Зазвичай, такий лідер не переймається почуттями і реакцією своїх підлеглих до тих пір поки вони виконують свої обов'язки, а керівник досягає результатів. Ті лідери, хто практикує домінуючий стиль керівництва, зазвичай вимагають від своїх підлеглих чіткої покірності, їх стиль комунікації односторонній, вони схильні до жорсткого ставлення. Позитивним в такому стилі лідерства є швидка реалізація ідей, швидке впровадження новозмін, оперативність у кризових ситуаціях, що може врятувати компанію. Негативним є те, що такі лідери формують неприязнь до себе від підлеглих, на роботі виникає атмосфера страху. В таких колективах, як правило, значна плинність кадрів, так як людям важко постійно знаходитись у стані стресу.

Дискутуючий лідер в управлінні опирається на логіку. Деякі керівники прагнуть уникати переговорів із працівниками. Для них компроміс є неприйнятним і свідчить про те, що доводиться поступатися власними принципами переконаннями. На справді, дискутуючий лідер нічого не втрачає. Це стиль переможця, який допомагає й іншим дійти до перемоги. Успішний лідер відкритий до переговорів завжди намагається одержати потрібну перемогу. Він прагне успіху для себе, свого підприємства та своїх підлеглих. Управлінський ефект зростає, якщо вдається знайти взаєморозуміння з підлеглими, коли виникає спільна ціль і кожен працівник може побачити в ній свій власний інтерес, що надзвичайно мотивує до продуктивної праці. Перевагами такого методу є направленість на потрібну перемогу, позитивізм, врахування всіх чинників та думок протилежної сторони, надання можливості

вибору, гнучкість. Загрозою у такому стилі лідерства може стати різне розуміння цілей організації, що зумовлює неспівпадіння власних цілей працівників із цілями компанії та спричиняє виникнення незадоволеності роботою та напруги.

Переконуючий лідер користується позитивною силою своїх слів, своїх емоцій, харизми, щоб переконати людей і схилити їх на свою сторону. Він характеризується наступними якостями: пристрасть, впевненість в собі, поінформованість про підлеглих, порядність. Під впливом сильних емоцій лідеру вдається схилити людей до дій, які важко пояснити логічно. Загрозою є те, що у випадку недостатньої мотивації, часто одного ентузіазму недостатньо щоб рухатись вперед. Необхідна постійна емоційна та енергетична підкачка.

Лідер, що **подає приклад** завжди створює сильне враження на підлеглих. Позитивний приклад стає передумовою позитивних дій. Однак, якщо лідер терпить поразку, це надзвичайно сильно впливає на його послідовників і доводить, що копійований поведінковий стереотип виявлявся неефективним. Лідер, що веде за собою особистим прикладом обмежений в області застосування лідерства тільки тією сферою, де він здатний показати приклад. Відповідно, такий лідер повинен чітко передбачати в якій мірі його лідерство може бути застосовано в різних ситуаціях.

Лідер, що надихає – це найвища форма управління. Його характерними рисами є віра в людей, позитивна репутація, успішність, застосування різних стилів управління в залежності від ситуації. Він розвиває стосунки зі своїми працівниками, ділиться з ними успіхами компанії, мотивує їх з тим, щоб вони вірили в здійснення спільних цілей, створює всі умови для успішної роботи. Підлеглі, якими він керує стають для нього партнерами у досягненні успіху. Він ділиться своєю владою, делегує повноваження і навчає своїх підлеглих брати на себе відповідальність і владу. Люди, що працюють з таким лідером – безпосередні учасники успіху. Негативним чинником такого лідерства є те, що створення ідеальної команди потребує тривалого періоду. Команда в цей час може стати єдиним організмом, який не зможе працювати поокремо.

Безперечно, для забезпечення економічної безпеки оптимальним рішенням буде комбінація сильних сторін різних управлінських стилів і кадрових стратегій адекватних певній ситуації що має місце на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Васильчак С.В. «Кадрова безпека підприємства-основа економічного розвитку»/ С.В. Васильчак / [текст]// Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.12
2. Грунин О.А., Грунин С.О. Экономическая безопасность организаций/ О.А. Грунин, С.О. Грунин/ [текст]//– Спб: Питер, 2002. – 160 с.
3. Долженко Р.А. «Возможности учета типа организационной культуры при построении системы стимулирования персонала»/ Р.А.Долженко // НП «СИБИРСКАЯ АССОЦИАЦИЯ КОНСУЛЬТАНТОВ» [электронный ресурс] http://sibac.info/files/2010_02_01_Menedgment/Dolzhenko.pdf

*Пащина Ю.П., здобувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСНОВНІ ФУНКЦІОНАЛЬНІ СКЛАДОВІ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В ринкових умовах підприємство є основною ланкою економіки, функціонування його як складна система економічних відносин має на меті формування та максимально ефективного використання економічних ресурсів для отримання прибутку. Управління підприємством включає в себе створення механізму забезпечення економічної безпеки. Існують різноманітні підходи до сутнісної характеристики економічної безпеки підприємства.

Шульга І.П., аналізуючи визначення категорії «економічна безпека», запропоновані рядом зарубіжних та вітчизняних вчених, дуже вірно, на мій погляд, пропонує розвивати комплексний підхід, який передбачає розгляд економічної безпеки як синергетичної системи економічних відносин, пов'язаних з управлінням діяльністю підприємства шляхом мінімізації впливу внутрішніх і зовнішніх загроз та досягнення поставлених стратегічних цілей [1].

Актуальним завданням для дослідників є визначення функціональних складових системи економічної безпеки підприємства, оскільки це дозволить більш ґрунтовно підійти до формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства та проаналізувати вплив на його діяльність окремих чинників формування економічної безпеки.

Такі автори, як Шульга І.П., Петрович Й.М., Безбожний В.Л., Капітула С.В., Користін О.Є., Камишнікова Е.В., Мосіюк М.В., у своїх працях аналізують систему економічної безпеки підприємства на базі дослідження окремих функціональних складових. Необхідно зауважити, що спектр поглядів учених на класифікацію складових системи економічної безпеки підприємства досить широкий. Це можна пояснити доволі тісним зв'язком елементів, які входять до системи економічної безпеки підприємства, що відповідно ускладнює їх систематизацію.

Петрович Й.М. пропонує наступну класифікацію складових економічної безпеки підприємства: 1) інтелектуальна; 2) фінансова; 3) кадрова; 4) інформаційна; 5) правова; 6) технологічна; 7) екологічна; 8) техногенна; 9) ресурсна; 10) ринкова; 11) інтерфейсна; 12) соціальна; 13) енергетична; 14) силова [2].

Автор вважає, що позиції підприємства на ринку залежать від стану технологічної та інформаційної складових системи економічної безпеки, тому дослідження ринкової безпеки вважаю доцільним лише як підсистеми в системі основних складових економічної безпеки підприємства. Також у автора не викликає сумніву, що енергетична, техногенна та ресурсна безпека є не що інше, як підсистеми технологічної складової. Інтелектуальна безпека характеризує інтелектуальний потенціал працівників підприємства, тобто є складовою кадрової безпеки. Соціальна та інтерфейсна складові характеризують представлення інформації про підприємство у суспільстві та

ринковому середовищі, відповідно вони є частинами інформаційної складової економічної безпеки підприємства.

Безбожний В.Л. до складових економічної безпеки відносить фінансову, виробничо-технологічну, маркетингову, інноваційно-інтелектуальну, інтерфейсно-силову, політико-правову, екологічну, кадрову, юридичну, інвестиційну, інформаційну та соціальну [3].

Вважаємо, що комплексну оцінку системи економічної безпеки підприємства потрібно проводити за основними напрямками, а занадто широке коло елементів може відволікти увагу від основної задачі, адже результати їх дослідження дуже важко об'єднати.

Капітула С.В. для удосконалення ефективності оцінки рівня економічної безпеки підприємства пропонує досліджувати наступні складові: 1) виробнича безпека; 2) фінансова безпека; 3) інвестиційна безпека [4].

Такий поділ на складові, на думку автора, є надто вузьким і спрощеним. При розгляді конкретного підприємства в конкретних ринкових умовах виникне потреба в дослідженні більш широкого кола складових економічної безпеки для ефективної її оцінки.

Користін О.Є., Барановський О.І., Герасименко Л.В. виокремлюють такі напрями забезпечення безпеки підприємства, як: 1) економічна, у тому числі комерційна (розглядається як центральна ланка системи); 2) науково-технічна; 3) інформаційна; 4) кадрова; 5) фізична; 6) соціальна [5].

Автора не погоджується із зазначеними науковцями, так як очевидно, що науково-технічна, інформаційна, кадрова, фізична та соціальна безпека являють собою взаємопов'язані елементи системи економічної безпеки, і винесення їх за межі даної системи навряд чи доцільне.

Камишнікова Е.В. пропонує структуру економічної безпеки досліджувати у наступному вигляді: 1) фінансова; 2) виробнича; 3) інтелектуально-кадрова; 4) інвестиційно-технологічна; 5) матеріально-технічного забезпечення; 6) збутова; 7) екологічна. Правову та силову безпеку Е.В.Камишнікова виділяє в окремій складовій, які разом з економічною безпекою формують систему безпеки підприємства в цілому [6].

Мосіюк М.В. вважає, що система економічної безпеки підприємства включає в себе такі складові: 1) інтелектуальна і кадрова; 2) інформаційна; 3) техніко-технологічна; 4) фінансова; 5) політико-правова та екологічна; 6) силова [7].

Шульга І.П. пропонує наступну структуру функціональних складових економічної безпеки суб'єкта господарювання: 1) фінансова; 2) корпоративна, 3) правова; 4) майнова; 5) кадрова; 6) технологічна; 7) інформаційна (поділяється на інформаційно-аналітичну та інформаційно-психологічну); 8) екологічна [1].

Вважаємо, що корпоративна складова системи економічної безпеки відіграє важливу роль лише для акціонерних товариств, які здійснюють корпоративне управління, а для інших суб'єктів господарювання вона не представляє інтересу.

За результатами проведеного дослідження пропонуємо наступну структуру функціональних складових системи економічної безпеки підприємства:

- 1) фінансова;
- 2) технологічна;
- 3) інформаційна;
- 4) кадрова;
- 5) правова;
- 6) майнова.

Потрібно також відзначити, що при системному аналізі економічної безпеки конкретного підприємства питома вага значимості кожної функціональної складової може змінюватися (залежно від галузевої належності суб'єкта господарювання, від рівня розвитку підприємства, від ринкової ситуації, від форми власності). Це відповідно дає поштовх для розвитку вузькофункціональних напрямків забезпечення економічної безпеки підприємства. Адже поглиблене вивчення окремої складової системи економічної безпеки може принести відчутну практичну користь.

Виходячи з визначення економічної безпеки підприємства як системи взаємопов'язаних елементів, неможливо оминати увагою питання взаємозв'язку підсистем системи економічної безпеки підприємства. Безумовно, кожна служба на підприємстві повинна мати чітко визначені завдання та обов'язки. Однак важко уявити роботу будь-якого підприємства як сукупність окремо взятих результатів роботи розмежованих підрозділів чи служб. Наприклад, ефективна робота кадрової служби (прийняття на роботу, звільнення) неможлива без правового забезпечення та перевірки працівників службою охорони. Саме тому, я вважаю, для досягнення високого рівня економічної безпеки кожен керівник підприємства повинен мати уяву не лише про вплив окремої складової на сукупний рівень економічної безпеки підприємства, а й про їх взаємний зв'язок.

Отже, можна зробити висновок, що проблема поглиблення знань про функціональні складові системи економічної безпеки підприємства є важливим напрямом наукових досліджень, який обов'язково набуде подальшого розвитку та вдосконалення. Результати таких досліджень при практичному застосуванні можуть значно підвищити ефективність управління та забезпечення економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Шульга І.П. Економічна безпека акціонерних товариств як економічна категорія [Текст] / І.П.Шульга // «Академічний огляд». – Дніпропетровськ: ДУЕП. – № 2. – 2010. – С.37 – 44.
2. Петрович Й.М., Кім А.Ф., Семенів О.М. та ін. Економіка підприємства: Підручник / За загальною редакцією Й.М.Петровича. – Львів. «Новий Світ-2000», 2004. – 680 с. – С. 585 – 593.
3. Безбожний В.Л. Вибір способу забезпечення соціально-економічної безпеки великих промислових підприємств / Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Луганськ, 2009.
4. Капітула С.В. Оцінка та управління економічною безпекою підприємства / Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Кривий Ріг, 2009.
5. Користін О.Є., Барановський О.І., Герасименко Л.В. та ін. Економічна безпека: навч. посіб. / За ред. О.М.Джужі. – К.: Алерта; КНТ; Центр учбової літератури, 2010. – 368 с. – С. 306 – 315.
6. Камішинова Е.В. Методи оцінки економічної безпеки промислових підприємств / Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Маріуполь, 2010.
7. Мосіюк М.В. Кадрова безпека як складова в системі економічної безпеки підприємства.

*Святошенко Т.Ф., старший викладач кафедри
управління проектами та прикладної статистики
Східноукраїнський національний університет ім. В.Даля*

ПРАЦІВНИК ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО ЗАХИСТУ В ОРГАНІЗАЦІЇ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному світі дуже велике значення приділяється організації та забезпеченню економічної безпеки підприємства. Існування великої кількості чинників, які загрожують негативним впливом на стабільне функціонування тієї чи іншої організації обумовлюють необхідність мати кожному підприємству «захисну оболонку», яка зможе нейтралізувати всі можливі загрози, тим самим запобігти виникненню будь-яких збитків, створити максимально сприятливі умови для перспектив росту, стабільності й виконання поставлених цілей бізнесу.

Система економічної безпеки, як відомо, складається з низки елементів, серед яких: фінансова, силова, інформаційна, правова безпека та ін. [1]. Але в будь-якій складовій первинним завжди буде персонал підприємства, тобто окремі люди, працівники. З цих причин, можна з впевненістю стверджувати, що в сучасний час дуже актуальною є проблема організації ефективної кадрової безпеки, яка має домінуюче положення по відношенню до інших елементів системи економічної безпеки, тому вона зможе забезпечити стабільне беззбиткове функціонування організації, шляхом кооперації діяльності всього кадрового складу, починаючи з кожного окремого робітника й створити економічний захист суб'єкта господарчої діяльності від негативного впливу внутрішнього та зовнішнього середовища.

На сьогоднішній день, найпоширенішою точкою зору відносно кадрової безпеки є те, що кожний працівник будь-якої компанії повинен щохвилини розглядатися як джерело ризику, джерело потенційної загрози, яке зможе нанести великі збитки через відсутність чітких однозначно закріплених юридичних правовідносин, низьку кваліфікацію, слабке прогнозування й контроль благонадійності та ін. [2], [3].

Розглянута думка, нажаль, не враховує те, що підприємство функціонує завдяки інтегрованим зусиллям та взаємодії всіх співробітників поміж собою і тільки їх сумісне протистояння існуючим та потенційним небезпекам зможе побудувати міцну перешкоду на шляху до можливого руйнування ними стабільного економічного стану компанії.

Ціль даної статті – показати, що ефективна організації кадрової безпеки можлива, якщо кожного учасника трудових відносин розглядати, насамперед, не як загрозу, а як можливе джерело захисту від негативного впливу середовища на внутрішні процеси підприємства.

Порушення системи економічної безпеки відображається через збитки економічного характеру. Від цього втрачає не тільки суб'єкт господарчої діяльності в цілому, але й окремі підрозділи та працівники, тому всі вони зацікавлені в створенні конкурентних переваг організації, де працюють, шляхом підвищення рівня відповідальності за дії та рішення й своєчасного

виявлення й усунення зовнішніх та внутрішніх загроз в межах своєї компетентності та посадових обов'язків.

Ґрунтуючись на цьому, необхідно організувати й забезпечити ефективну діяльність кожного працівника таким чином, щоб він зміг створювати захисний бар'єр відносно своєї виробничої діяльності від можливих небезпек (рис.1).

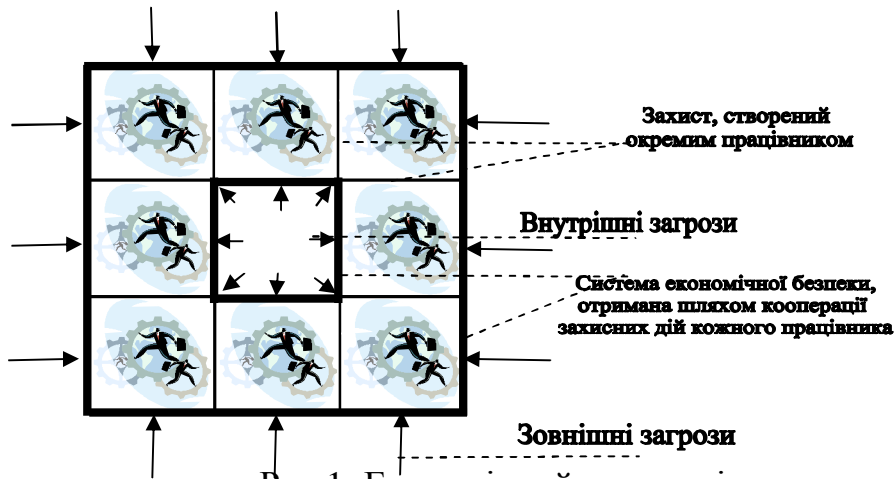


Рис.1. Економічний захист підприємства

Тобто кадрова безпека повинна бути націлена не на пошук в кожному робітнику потенційних загроз й на чекання якихось провин, котрі зможуть нанести шкоду економічному стану підприємства, а навпаки, на запобігання їх можливому виникненню й стимулювання всіх учасників виробничого процесу до захисту економічних інтересів компанії, тим самим розглядати окремого працівника як джерело захисту та невід'ємний елемент системи економічної безпеки.

Виходячи з цього, кадрову безпеку можна представити як постійний процес запобігання небажаних впливів на підприємство шляхом кооперації захисних дій кожного учасника трудового колективу (рис.2).

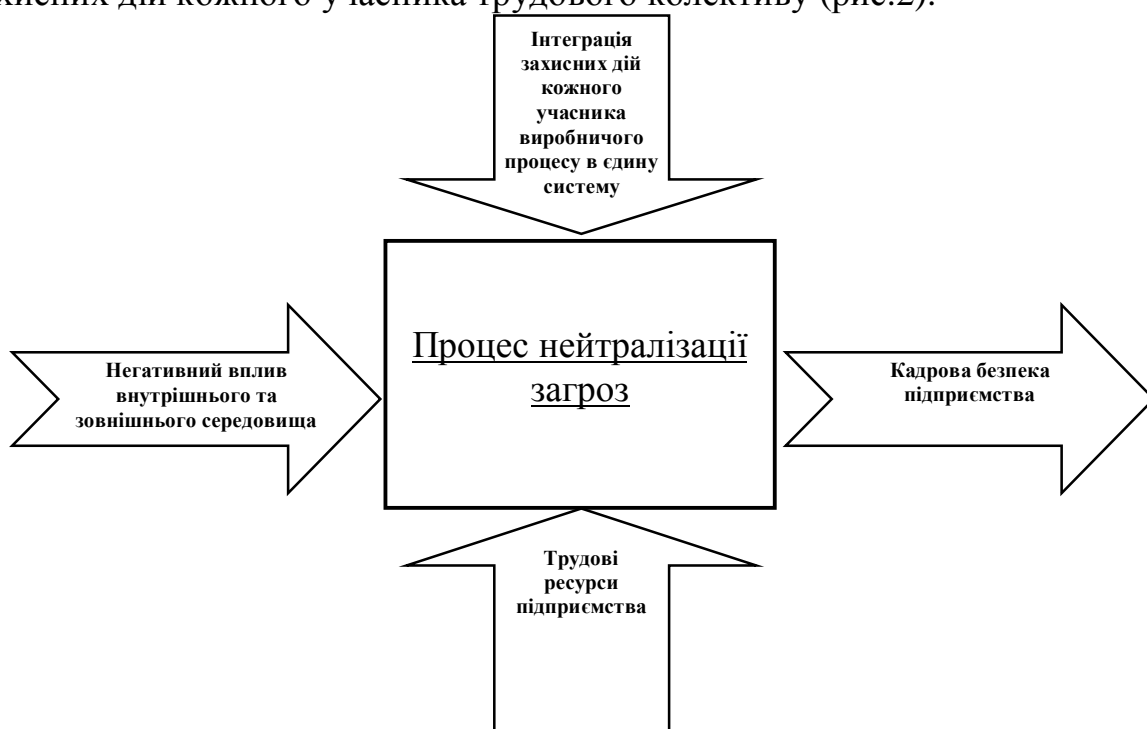


Рис.2. Процес нейтралізації загроз

В такому разі кожен працівник зможе створювати захист в сфері своєї діяльності, а це в свою чергу забезпечить стабільний захист всієї компанії.

Таким чином, кожен працівник на будь-якому підприємстві представляє собою елемент системи економічного захисту, при цьому організація кадрової безпеки повинна бути направлена на стимулювання та розкриття потенційних можливостей усього трудового функціоналу задля попередження виникнення впливу негативних чинників та посилення вищезазначеного захисту шляхом створення відповідних інструментів регулювання виробничих відносин та процесів у компанії.

Список використаних джерел:

1. Гапоненко В.Ф. *Экономическая безопасность предприятий- Подходы и принципы.* / В.Ф.Гапоненко, А.Л. Беспалько, А.С. Власков.- М.: Ось-89, 2009. — 208 с.
2. Чумарин И.Г. *Что такое кадровая безопасность компании?* / И.Г. Чумарин // *Кадры предприятия.* – 2003. - №2. Режим доступа к статье <http://safetyfactor.narod.ru/doc/manpower.html>
3. Шегельман И.Р. *Кадровая безопасность: Учебно-методическое пособие* / И.Р. Шегельман – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2006. – 96с.

УДК 336

Таран О.О. студентка групи 5 МО

Мігус І.П. д.е.н, проф., зав. кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВЕНЬ ЙОГО ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

В умовах ринкових відносин підприємства є економічно самостійними: визначають свою економічну політику, вибирають постачальників, організовують як виробництво, так і збут продукції, повністю несуть відповідальність за результати господарської діяльності, тому підприємства, які ефективно застосовують стратегічний маркетинг, володіють відмінними перевагами на ринку, адже стратегічне маркетингове планування є невід'ємною частиною ефективного розвитку та органічної взаємодії підприємства з глобальним ринковим середовищем.

Сьогодні однією з актуальних проблем для підприємства є вибір маркетингової стратегії, оскільки досягнення ефекту від її використання може відобразитися у розвитку потужності підприємства, зростанні обсягів продажу, розширенні меж та сегменту ринку, формування позитивного іміджу та бренду.

Визначимо стратегічний маркетинг як процес управління ринковою діяльністю підприємства, що полягає в аналізі маркетингового середовища, визначенні ринкових цілей в рамках бачення підприємства, формування маркетингової стратегії [2].

Стратегічний маркетинг передбачає систематичний та безперервний аналіз потреб та запитів основних груп споживачів, розробку та виробництво товару (надання послуги), що дозволить підприємству обслуговувати обрані групи або сегменти більш ефективно, ніж конкуренти [4, с.135]. При досягненні цих цілей, підприємство забезпечує собі стійку конкурентну перевагу на ринку та забезпечує стійкий рівень економічної безпеки.

Маркетингова стратегія – це політика ринкової діяльності підприємства на довгострокову перспективу; сукупність стратегічних маркетингових рішень, що включають ринкову та товарну стратегію, стратегію позиціонування (яка поєднує ринкову та товарну стратегії), марочну стратегію, цінову стратегію, стратегію маркетингових комунікацій (стратегії збуту та просування) [2].

Варто зазначити, що маркетингова стратегія включається в бізнес-планування, яке охоплює стратегічні бізнес-одиниці та стратегію усієї фірми. Це дозволяє на вищому рівні ухвалити найбільш якісне рішення та провести необхідну корекцію на нижчих рівнях управління в разі зміни ринкової ситуації [3, с.240].

Двонаправлений процес розробки маркетингової стратегії дозволяє побудувати збалансований по всіх рівнях управління комплексний план діяльності підприємства.

Вертикальна координація діяльності підприємства забезпечує підвищення оперативності та ефективності досягнення цілей підрозділами підприємства.

Горизонтальна та вертикальна координація зв'язує всі рівні управління та етапи процесу обґрунтування та узгодження стратегій в єдине ціле, що забезпечує системність маркетингової діяльності [2].

Для ефективного функціонування та стійкого рівня економічної безпеки підприємство повинно мати маркетинговий стратегічний набір систему стратегій, покликаних забезпечити його ринкову спрямованість.

Для підприємства, що бореться за успіх у конкурентному середовищі, маркетингова стратегія є найважливішою функціональною стратегією, оскільки вона покликана забезпечити обґрунтування його цілей і завдань на кожному окремому ринку (сегменті ринку) і стосовно кожного виробу з урахуванням особливостей конкуренції і попиту споживачів [4, с. 157].

Оскільки маркетингова стратегія як інструмент взаємодії підприємства з зовнішнім середовищем відіграє значний вплив і на рівень його економічної безпеки, варто визначити поняття економічної безпеки.

Економічна безпека підприємства – це захищеність діяльності підприємства від негативних впливів зовнішнього і внутрішнього середовища, спроможність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до зовнішніх умов без негативних наслідків для підприємства. Крім того, економічна безпека підприємства – найефективніше використання ресурсів, які забезпечують стабільне функціонування підприємства [1, с.41].

Забезпечення економічної безпеки підприємства залежить від низки факторів, таких як ступінь досконалості законодавчої бази, рівень оподаткування, доступ на світові ринки збуту, рівень та добросовісність конкуренції, інвестиційна привабливість регіону, держави.

Насамперед, економічна-безпека підприємства залежить від економічної безпеки держави, регіону, адже ґрунтується на їхньому фінансовому, сировинному та виробничому потенціалі, перспективах розвитку [5, с.179]. Тому на кожному підприємстві повинна бути створена програма визначених дій, спрямованих на створення надійної економічної безпеки підприємства,

одним із ключових елементів програми має стати виважена маркетингова стратегія.

Необхідно також відмітити, що ігнорування маркетингової стратегії або невміле використання її можливостей призводить до зниження підприємством конкурентоспроможності, втрати ринкових позицій, нерідко — до банкрутства.

Загалом маркетингова стратегія дає змогу підприємству на основі знання стійких і динамічних параметрів конкурентного ринку, розвитку потреб, інтересів, смаків та уподобань споживачів ефективно використовувати свої ресурси і можливості, своєчасно маневрувати ними.

Отже, одним із шляхів забезпечення належного рівня економічної безпеки для підприємства що функціонує в ринкових умовах є розроблення ефективної маркетингової стратегії, оскільки процес забезпечення економічної безпеки повинен бути неперервним на всіх етапах діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Коробчинський О.Л. *Методика формування системи економічної безпеки підприємства* / О.Л. Коробчинський // *Актуальні проблеми економіки*. – 2009. – № 4. – С. 41-45.
2. *Реализация стратегии маркетинга [Электронный ресурс]* // Интернет-портал для украинцев. – Режим доступа к ресурсу: <http://www.management.com.ua/marketing/mark030.html> (22.12.2010). - Название с экрана.
3. Сумець О.М., Тумар Б.М. *Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека: Навч. посібник*. – К.: Хай-Тек Прес, 2008. – 400 с.
4. Телетов О. С. *Маркетинг у промисловості: Монографія* / О.С. Телетов. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 248 с.
5. Шевченко І. *Особливості формування економічної безпеки підприємства* / І. Шевченко // *Наука молода*. – 2010. – №10. – С. 178-181

Федоренко Р.В. студент групи ЗМО

Мігус І.П., д.е.н, доцент, завідувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема комплексного розуміння економічної безпеки має велике значення для побудови ефективної системи управління економічною безпекою підприємства і забезпечення належного її рівня.

Система економічної безпеки підприємства – це сукупність окремих елементів, до складу яких входять суб'єкти, об'єкти та механізм реалізації безпеки на підприємстві. Система економічної безпеки кожного підприємства є індивідуальною, її повнота і дієвість залежать від чинної в державі законодавчої бази; від обсягу матеріально-технічних і фінансових ресурсів, виділених керівниками підприємств; від розуміння кожним з працівників важливості гарантування безпеки бізнесу; а також від досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств [1].

Головною метою забезпечення економічної безпеки підприємства є досягнення максимальної стабільності його функціонування, а також створення основи для подальшого зростання його економіки навіть за наявності об'єктивних та суб'єктивних факторів, що несуть загрози [2].

Для досягнення високого рівня економічної безпеки підприємство повинно проводити роботу із забезпечення стабільності та ефективності функціонування всіх основних її складових [3]:

1. Фінансова складова - збалансованість використання фінансових інструментів, фінансова стійкість, ефективна реалізація фінансових інтересів.

Автор вважає, що фінансову складову системи економічної безпеки акціонерного товариства слід розглядати з точки зору формування та використання капіталу (як власного, так і залученого), що дозволить більшу увагу приділити визначенню впливу емісійної діяльності на економічну безпеку даних суб'єктів.

2. Правова складова - всебічне правове забезпечення діяльності підприємства; дотримання чинного законодавства, юридична підтримка прийняття господарських рішень.

3. Технологічна складова - ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві технологій найкращим світовим зразкам за умови оптимізації витрат ресурсів, розвиток технологічного потенціалу.

4. Інформаційна складова – це ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства, представлення підприємства у середовищі партнерів та конкурентів, захист інформаційних ресурсів.

Діяльність будь-якого підприємства, в тому числі й акціонерного товариства тісно пов'язана з психологічним кліматом, що створюється у його трудовому колективі, між керівництвом та власниками, між акціонерами, а також між всіма вищезазначеними особами та зовнішніми особами, зацікавленими в отриманні внутрішньої інформації про діяльність товариства.

Саме тому автор пропонує інформаційну складову розглядати з позицій не лише інформаційно-аналітичної діяльності, а й психологічного впливу на процес збереження та розкриття інформації. Впровадження запропонованої автором інформаційно-психологічної складової дозволить ідентифікувати та нейтралізувати не лише загрози, пов'язані із захистом інформації, а й з використанням інформації про діяльність акціонерного товариства інсайдерами та аутсайдерами.

5. Екологічна складова - дотримання чинних екологічних норм, мінімізація втрат від забруднення довкілля.

6. Кадрова складова - забезпеченість підприємства необхідними кадровими ресурсами, формування ефективної системи управління персоналом та комунікативної політики.

7. Інтелектуальна складова - збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; розвиток креативного мислення та творчого підходу працівників.

8. Силова складова - забезпечення фізичної і моральної безпеки працівників підприємства, гарантування безпеки майнових та фінансових ресурсів, забезпечення сприятливих зовнішніх умов розвитку.

Полянська А.С. та Трощенко Т.А. пропонують замість поняття «силова безпека» використовувати поняття «трудова безпека та безпека життєдіяльності», під якою розуміють охорону праці на підприємстві.

Швец Н. пропонує до основних функціональних складових економічної безпеки також віднести кадрову безпеку, під якою пропонує розуміти «процес запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства через ризики і погрози, пов'язані з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами загалом».

На наш погляд, інтелектуальна складова не може існувати поза межами кадрової безпеки, оскільки становить її частину.

Невід'ємною складовою діяльності будь-якого акціонерного товариства є його майно, яке використовується в процесі господарської діяльності та є об'єктом посягань при недружніх поглинаннях зацікавлених осіб. Саме тому автор вважає за необхідне включити до складу функціональних складових системи економічної безпеки акціонерних товариств майнову складову.

Враховуючи велике значення корпоративного управління в організації діяльності акціонерних товариств та його вплив на інвестиційну привабливість акцій, автор пропонує нову функціональну складову системи економічної безпеки акціонерних товариств - «корпоративна складова», під якою слід розуміти створення такої моделі корпоративного управління в конкретному акціонерному товаристві, при якій внутрішні положення забезпечують збереження прав власників, прозорість процесу управління товариством та підвищення ринкової вартості його акцій.

За результатами проведеного дослідження, автором було запропоновано наступну структуру функціональних складових економічної безпеки акціонерного товариства (рис. 1).



Рис. 1. Функціональні складові системи економічної безпеки акціонерних товариств [3]

Отже, надійна економічна безпека підприємства можлива лише за умов існування системного підходу до її організації. Ця система забезпечує можливість оцінити перспективи зростання підприємства, розробити тактику і стратегію його розвитку, зменшити наслідки фінансових криз і негативного впливу нових загроз та небезпек.

Список використаних джерел:

1. Економічна безпека підприємств, організацій та установ: Навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / [В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін.]. - К.: Правова єдність, 2009. - 544 с.
2. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія. - К: Лібра, 2003. - 280с. – ISBN 966-7035-52-5.
3. Шульга І.П. Економічна безпека емісійної діяльності акціонерних товариств : [Монографія] / І. П. Шульга. - Черкаси: Вид-во ТОВ «МАКЛАУТ», 2010. - 425 с. УДК 334.012.34

*Черненко С.А., здобувач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

РОЛЬ ПЕРСОНАЛУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЗАХИСТУ КОМЕРЦІЙНОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Під забезпеченням економічної безпеки розуміється реалізація комплексу заходів щодо виявлення, попередження й припинення протиправних дій, здатних негативно відобразитись на економічному становищі суб'єкта господарювання, його клієнтів і акціонерів, а в певних випадках і партнерів [1-2].

До таких заходів можна віднести наступні:

- інформаційно-аналітична розвідувальна діяльність щодо виявлення й прогнозування можливих загроз комерційним структурам; контррозвідувальні заходи щодо боротьби з агентурним економічним шпигунством, запобіганням збору конфіденційної інформації технічними засобами, а також через персонал в оточенні комерційних структур;
- забезпечення безпеки фінансово-економічної діяльності від економічних злочинів, афер, шахрайства, зловживань із боку власного персоналу, партнерів, акціонерів, сторонніх організацій;
- режимно-адміністративні заходи щодо забезпечення таємності й конфіденційності внутрішньої й іншої комерційної інформації;
- фізичний, технічний й «електронний» захист будинків і приміщень комерційних структур та їхніх співробітників, розробка й забезпечення контрольно-пропускних режимів, виконання охоронно-постових і патрульно-вартових функцій;
- охорона керівних співробітників комерційних структур, а також осіб, що прибувають для зустрічей і переговорів з інших міст, районів, у тому числі з-за кордону;
- розробка й реалізація антикризових планів діяльності комерційних структур, що передбачають вихід з різних типових надзвичайних ситуацій;
- кадрово-адміністративні, режимно-нормативні й спеціальні заходи при підборі, перевірці, підготовці, перепідготовці, розміщенні, звільненні персоналу [1].

Варто особливо підкреслити ту обставина, що прагнення деяких керівників комерційних структур вирішувати окремі з перерахованих вище проблем без належної уваги до інших, які становлять і формують цілісну концепцію безпеки об'єкту, не дає, як правило, позитивних результатів.

За оцінками вітчизняних та закордонних експертів, тільки *системний підхід* дозволяє домагатися високого ступеня забезпечення економічної безпеки будь-якої комерційної структури [1-3]. Проте, слід зазначити й те, що в діяльності цих структур іноді бувають особливі періоди, коли той або інший елемент, що становить у комплексі систему заходів економічної безпеки, втрачає за якимись причинами свою особливу актуальність. І тоді на перший план висувається нова, часом досить несподівана проблема. Але й у цьому випадку, однак, всі перераховані вище заходи зберігають значення й вимагають до себе належної уваги. Так, наприклад, кілька років назад окремі керівники комерційних банків, намагаючись вирішувати проблеми безпеки своїх структур, приділяли підвищену увагу й фінансували в основному заходи щодо організації фізичної охорони й оснащення будинків і приміщень технічними засобами тривожної сигналізації.

Як свідчать дані ряду опитувань в інтерв'ю з керівниками комерційних структур, на перше місце усе більше висуваються проблеми захисту комерційної інформації, а також забезпечення особистої безпеки керівників і провідних співробітників [1].

Аналіз даних про диверсійно-терористичні акти проти комерційних структур у різних містах дозволяє зробити висновок про високий ступінь поінформованості злочинців щодо режиму дня й динаміки діяльності підприємців: жертв, як правило, незмінно зустрічали в районі проживання або місця роботи, або із граничною точністю за часом і місцем перехоплювали на трасі.

Завчасно вивчаються основні й запасні маршрути переміщення комерсантів. Злочинці, як правило, мають інформацію про склад родини й родичів майбутніх жертв, марках і номерних знаках особистих і службових автомашин, сусідах тощо. Таким чином, очевидно, що будь-які протиправні діяння, пов'язані із силовим впливом на комерційні структури, ретельно плануються й, отже, складаються з декількох послідовних етапів, серед яких вторгнення, розкрадання, збройні напади, погрози, шантаж є фактично *фінальними акціями* злочинців [1].

У цьому зв'язку сучасна система заходів безпеки повинна бути орієнтована на те, щоб прогнозувати й виявляти ознаки ймовірних правопорушень, а тим більше злочинів на ранніх стадіях, на етапі формування наміру й розробки кримінальними співтовариствами планів злочинних дій, що дозволяло б попереджати й запобігати подібного роду діяння.

Невід'ємним складовим елементом будь-якої планованої злочинної акції є збір інформації. Представляється можливим виділити наступні основні методи, які використовуються зловмисниками в цей час для добування відомостей про комерційні структури:

- спостереження, у тому числі за допомогою мобільних і стаціонарних

оптико-технічних засобів, приховане фотографування, відеозапис;

- вивідування інформації;

- проведення опитувань, інтерв'ювання, анкетування, «спрямованих» бесід тощо;

- розкрадання, приховане копіювання, підробка яких-небудь внутрішніх документів особами, впровадженими або підкупленими в комерційних структурах, які погодилися або змушені здійснювати зазначені дії у результаті погроз, по фізичного примусу або з інших причин;

- перехоплення інформації на різних частотних каналах внутрішньої й зовнішньої радіо- і телевізійного зв'язку комерційних структур;

- одержання інформації технічними засобами, шляхом використання різних джерел сигналів у приміщеннях комерційних структур як пов'язаних з функціонуючою апаратурою (персональні комп'ютери), так і через спеціально впроваджену техніку негласного знімання інформації (спецзакладки, у тому числі дистанційного керування);

- добування інформації про комерційні структури за допомогою застосування системи аналітичних методів (структурний аналіз, фінансовий аналіз, аналіз собівартості продукції, аналіз науково-технічних зразків, оцінка кваліфікаційних особливостей робітників та службовців, вивчення основних матеріальних фондів тощо) [1].

При всьому різноманітті й безсумнівних перевагах перерахованих вище методів у цей час все-таки використання співробітників комерційних структур як джерела внутрішньої інформації розглядається як найбільш надійний, швидкий і ефективний спосіб одержання конфіденційних даних.

Слід зазначити також, що крім добування конфіденційної інформації з різних питань таке внутрішнє джерело із числа співробітників комерційних організацій може бути одночасно використане для одержання уточнюючих відомостей, які б доповнювали дані, добуті технічними засобами й іншими методами.

Крім цього, агентурні інформаційні джерела в цей час усе більш активно й наполегливо використовуються для надання вигідного кримінальним структурам і конкурентам впливу на стратегію й тактику поведіння керівників відповідних комерційних підприємств, а також для впливу на позицію осіб, що приймають відповідальні рішення в сфері оподаткування, митної політики, експортно-імпорتنих квот, відведення землі тощо.

Практика останнього часу свідчить про те, що різні за масштабами, наслідкам і значимості види злочинів і правопорушень так чи інакше пов'язані з конкретними діями співробітників комерційних структур. У зв'язку із цим доцільно приділяти більше увагу підбору й вивченню кадрів, перевірці будь-якої інформації, що вказує на їхнє сумнівне поведіння й компрометуючі зв'язки [2].

При цьому необхідно також в обов'язковому порядку проводити роз'яснювально-виховну роботу, систематичні інструктажі й навчання за правилами й заходами безпеки, регулярні, але несподівані тестування різних категорій співробітників на спеціальних програмах. У контрактах необхідно

чітко окреслювати персональні функціональні обов'язки всіх категорій співробітників комерційних підприємств і на основі існуючого законодавства, у внутрішніх наказах і розпорядженнях визначати їхню відповідальність за будь-які види порушень, пов'язаних з розголошенням або витоком інформації, що становить комерційну таємницю.

Крім того, доцільно відзначити, що, наприклад, що більшість комерційних банків усе ширше вводять у своїх службових документах гриф "конфіденційно" і використовують різного роду надбавки до окладів для відповідних категорій свого персоналу.

Як свідчать численні опитування й проведені бесіди, у цей час багато керівників провідних комерційних структур усе більш глибоко усвідомлюють роль і місце своїх співробітників у створенні й підтримці загальної системи економічної безпеки.

Таке розуміння цієї проблеми веде до наполегливого впровадження процедур ретельного підбору й розміщення персоналу. Так, поступово здобувають все більшу значимість рекомендаційні листи, наукові методи перевірки на професійну придатність і різного роду тестування, що здійснюються кадровими підрозділами, співробітниками служб безпеки й групами психологічної підтримки, які створені в ряді комерційних структур, або залучаються як сторонні експерти.

Незважаючи, однак, на деякі позитивні приклади в цілому, доводиться, на жаль, констатувати той факт, що керівники переважної більшості комерційних організацій усе ще не повною мірою усвідомили необхідність організації комплексного захисту своїх структур від карних і економічних злочинів і в цьому зв'язку потреби постійного вдосконалювання процесу підбору й розміщення кадрів.

Список використаних джерел:

1. Зеркалов Д.В. *Безпека комерційної діяльності. У двох книгах. Книга друга: Захист. Довідник.* - К.: Основа, 2006. – 800 с.
2. *Економічна безпека підприємств, організацій та установ: Навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / [В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін.];* - К.: Правова єдність, 2009. – 544 с.
3. Шульга І.П. *Економічна безпека емісійної діяльності акціонерних товариств : [Монографія] / І. П. Шульга.* - Черкаси: Вид-во ТОВ «МАКЛАУТ», 2010. - 425 с.

УДК 338: 351.863

Чернюк О.С., ст. наук. співробітник відділу

ДННУ "Академія фінансового управління" Міністерства фінансів України ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Сучасні тенденції світової фінансової системи засвідчують уповільнення посткризового відновлення світової економіки на фоні посилення фінансових ризиків суверенних дефолтів у зв'язку із безпрецедентним зростанням бюджетних дефіцитів у всіх країнах світу. Заходи антикризової політики фінансового оздоровлення, застосовані у кризовий період, здебільшого ускладнили перспективи економічного зростання та збільшили вірогідність настання чергової хвилі фінансової кризи.

Законом України «Про основи національної безпеки України» у ст. 7 визначено, що загрозами національним інтересам і національній безпеці України є зокрема: велика боргова залежність держави, критичні обсяги державних зовнішнього і внутрішнього боргів; небезпечне для економічної незалежності України зростання частки іноземного капіталу у стратегічних галузях економіки; нестабільність у правовому регулюванні відносин у сфері економіки, в тому числі фінансової (фіскальної) політики держави; відсутність ефективної програми запобігання фінансовим кризам; зростання кредитних ризиків.

Натепер перед державами постають принципово нові виклики та загрози сталому розвитку, насамперед у сфері суверенних фінансових систем, що ускладнює спроможність держави забезпечувати необхідний рівень фінансової безпеки держави та гальмує забезпечення сталого розвитку державних фінансів. Про нарощення загроз фінансовій безпеці багатьох країн свідчать показники критичного зростання зовнішньої та внутрішньої заборгованості, часткова втрата з боку урядів контролю над збільшенням бюджетних дефіцитів, поширення дефолтних очікувань тощо.

Протягом 2010 -2011 року були здійснені перші кроки для стабілізації бюджетного сектору та підвищення стабільності фінансової системи України в цілому. Водночас, гострою залишається проблема забезпечення сталого розвитку державних фінансів як передумови забезпечення стійкого економічного зростання та гарантованого виконання державою своїх соціальних зобов'язань.

Набувають дедалі більшої актуальності дослідження явищ та чинників, що формують внутрішні загрози фінансовій безпеці держави: нестабільність у правовому регулюванні у фінансовій сфері; нерівномірність податкового навантаження на суб'єктів господарювання, що зумовлює ухилення від сплати податків та відтоку капіталу за кордон; вплив капіталу з країни внаслідок погіршення інвестиційного клімату; низький рівень бюджетної дисципліни і незбалансованість бюджетної системи; непрозорість державних фінансів та неповне розкриття інформації про стан держсектору, що призводить до прихованих дисбалансів; високий рівень боргової залежності держави та слабе управління державним та гарантованим державою боргом, погіршення стану ринку державних цінних паперів; «тінізація» національної економіки; недостатній рівень золотовалютних резервів; значний рівень доларизації економіки; суттєві відхилення обмінного курсу національної валюти від свого рівноважного рівня з урахуванням макроекономічних факторів; стагнація фондового ринку; недостатній рівень капіталізації фінансової системи.

Гострота усіх окреслених проблем багаторазово посилюється явищами та чинниками, що формують зовнішні загрози фінансовій безпеці України: обмеженість доступу до міжнародних фінансових ринків; погіршення стану зовнішньої торгівлі, зростання дефіцитів поточного рахунку та/або зведеного платіжного балансу; значна залежність від експортно-імпоротної діяльності та від зовнішніх кредиторів; вплив світових фінансових криз на фінансову систему держави.

Проте до останнього часу в Україні не створено цілісної системи організації фінансової безпеки держави. Вкрай недосконала її нормативно-правова база. Досі не затверджена розроблена Міністерством фінансів України Концепція забезпечення національної безпеки України у фінансовій сфері, не розпочато роботу над *Стратегією забезпечення фінансової безпеки України*, згідно Закону про державне стратегічне планування, проект якого було розроблено відповідно до Національного плану дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ.

Крім того, серед нормативно-правових актів вимагає оновлення існуюче Положення про управління ризиками, пов'язаними з державним боргом; потребують розробки Методики надання державних гарантій та процедури стягнення простроченої заборгованості за кредитами (позиками), залученими державою або під державні гарантії; а також Методик оцінки стану бюджетної, податкової безпеки, безпеки фінансів реального сектору економіки, фондового ринку а також безпеки у сфері небанківського фінансового сектору.

З огляду на передбачене Програмою впровадження середньострокового бюджетного планування та стратегії управління державним боргом на середньострокову перспективу, актуалізується потреба у розробці прогнозної моделі оцінки стану фінансової безпеки на середньостроковий період. Відповідного оновлення потребують також перелік загроз фінансовій безпеці держави; підходи до оцінювання стану та розробки заходів щодо забезпечення прийняттого рівня фінансової безпеки на середньострокову перспективу у сферах, які прямо або опосередковано впливають на стан державних фінансів (бюджетній, податковій, управління державним та корпоративним боргом, фінансів реального сектору, валютного регулювання, фондового ринку а також у сфері небанківського фінансового сектору).

Реалізація передбаченого Програмою завдання щодо запровадження комплексної інтегрованої системи управління державними фінансами, що застосовується до бюджетів всіх рівнів, позабюджетних фондів, ресурсів держпідприємств, вимагає оновлення системи індикаторів фінансової безпеки та їх порогових значень для кожної з цих ланок, що може бути використано для поліпшення інформаційних систем управління ними.

Отже, принципово новий характер викликів, що постають перед вітчизняною фінансовою системою в сучасних умовах, засвідчує необхідність переосмислення традиційних підходів до формування та реалізації державної політики в сфері забезпечення фінансової безпеки, передусім, як чинника забезпечення сталого розвитку державних фінансів, передбаченого Програмою економічних реформ (далі Програма) на 2010 – 2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава».

Забезпечення фінансової безпеки держави та сталого розвитку державних фінансів України може здійснюватися виключно на державному рівні. Міністерство фінансів України є *головним суб'єктом забезпечення фінансової безпеки держави*, яке здійснює моніторинг макроекономічних показників, розробляє перспективні та індикативні плани фінансування економіки, відповідає за поточну оцінку рівня фінансової безпеки та розробку заходів

щодо її забезпечення. Практична значущість результатів проведення наукових досліджень в сфері забезпечення фінансової безпеки держави для Міністерства фінансів України полягає теоретичному обґрунтуванні механізмів та інструментів ідентифікації загроз та розробці заходів щодо їх мінімізації для забезпечення сталого розвитку державних фінансів України.

УДК 338:351.863

Шемаєва Л.Г., д.е.н., проф., зав. відділом

ДННУ «Академія фінансового управління» Міністерства фінансів України;

Онофрійчук В.П., аспірант

Університет економіки та права «КРОК»

ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СЕКТОРУ ДЕРЖАВНИХ ФІНАНСІВ УКРАЇНИ

Поняття фінансової безпеки сектору державних фінансів України у вітчизняній та іноземній наукових школах досі не має остаточного визначення. Тому пропонуємо узагальнююче розуміння фінансової безпеки сектору державних фінансів - це стан забезпечення платоспроможності держави з урахуванням балансу доходів і видатків державного й місцевих бюджетів, державних цільових фондів та ефективності використання бюджетних коштів.

З огляду на це, оцінка фінансової безпеки сектору державних фінансів - це аналіз можливості сектору державних фінансів забезпечувати економічні та соціальні зобов'язання держави в умовах дії тих чи інших внутрішніх і зовнішніх шоків.

Технічно, аналіз фінансової безпеки сектору державних фінансів фактично є дослідженням співвідношення між його параметрами. При цьому кількість цих параметрів та їх порогові значення для динамічної системи, якою є підсистема державних фінансів можуть з часом змінюватись, залежно від структури фінансової системи та важливості різних її компонентів на даний час.

Кожний складовий елемент об'єкта дослідження має бути описаний системою показників та індикаторів. Після чого визначаються критичні значення цих індикаторів для сектору державних фінансів України та формалізуються зв'язки між елементами об'єкта дослідження.

Індикатори фінансової безпеки сектору державних фінансів – це нова сфера економічної статистики, що відображає внутрішні та зовнішні взаємозв'язки підсистеми державних фінансів. З одного боку, вони побудовані на основі пруденційного та комерційного нагляду, що розроблявся з метою контролю за окремими інституціями. З іншого, вони запозичені з основ макроекономічного аналізу, що використовується для моніторингу функціонування економіки країни.

Формуючи систему індикаторів, особливо на етапі ідеологічної побудови та початкового впровадження цієї системи, потрібно намагатись забезпечити якомога повне і якісне інформаційне охоплення характеристик фінансової безпеки сектору державних фінансів [1].

Пропозиції щодо важливості включення того чи іншого індикатора на певному етапі мають формулювати фахівці, що проводять постійний моніторинг і аналіз розвитку та фінансової стійкості основних складових елементів фінансової системи. Отже, первинним процесом аналізу фінансової безпеки сектору державних фінансів має бути процес аналізу і моніторингу напрямів розвитку основних складових сектору державних фінансів, що включає визначення як переліку індикаторів їх фінансової безпеки, так і їх гранично допустимих параметрів.

Визначення вразливих сторін сектору державних фінансів, що відбувається після аналізу його компонентів, та обґрунтування допустимих значень тих чи інших параметрів, дає змогу окреслити область стійкого та безпечного розвитку сектору державних фінансів та фінансової системи в цілому.

При формуванні системи індикаторів фінансової безпеки сектору державних фінансів необхідно:

- побудувати інформаційну базу, що складатиметься з показників які використовуватимуться для розрахунку індикаторів фінансової безпеки сектору державних фінансів та його моніторингу;

- провести інвентаризацію наявності показників, визначити періодичність та джерела їх отримання, формування інформаційної бази;

- визначення гранично допустимих значень індикаторів.

Враховуючи значну структурованість сектору державних фінансів, розроблення системи індикаторів проводяться за його окремими елементами.

До сектору державних фінансів входять: державний і місцеві бюджети України, а також державні цільові фонди (Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, Фонд загальнообов'язкового державного соціального страхування на випадок безробіття та Фонд соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань). В аспекті дослідження фінансової безпеки сектор державних фінансів має досліджуватись з точки зору стану як всього сектору, так і окремих його елементів за наступними групами індикаторів: показники зведеного бюджету, показники державного (та гарантованого) боргу, показники фінансового ринку та податкової політики, показники Пенсійного фонду, державних соціальних цільових фондів та заборгованості по заробітній платі.

При формуванні системи індикаторів необхідно враховувати, що для розуміння процесів, які відбуваються в державних фінансах, аналітики мають здійснювати постійний моніторинг та аналіз процесів у кожному з її елементів. З цією метою, для розрахунку індикаторів фінансової безпеки сектору державних фінансів за кожною окремою однорідною групою інституцій (суб'єктів) сектору повинні бути побудовані агреговані фінансові звіти про прибутки та збитки, а також баланси що відображають запас активів і пасивів.

Розширення переліку індикаторів фінансової безпеки сектору державних фінансів можливе в напрямі деталізації аналізу зведеного бюджету на державний та місцевий бюджет.

Список використаних джерел:

1. Організаційно-методичні підходи до запровадження в НБУ системи оцінки стійкості фінансової системи: Інформаційно-аналітичні матеріали / За редакцією д.е.н., проф. В.І. Міщенко, к.е.н., доц. О.І. Кіреєва і к.е.н. М.М. Шаповалової – Київ : Центр наукових досліджень НБУ, 2005. – 97с.

УДК 338: 351.863

*Юрків Н.Я., к.е.н., заслужений економіст України, завідувач відділу
ДННУ "Академія фінансового управління" Міністерства фінансів України*
**ІНДИКАТОРИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА
ЕКОНОМІКИ**

Сучасні економічні реалії свідчать, що перспективи, темпи та загальний вектор соціально-економічного прогресу реального сектора економіки України напряму залежить від сформованості стану безпеки економіки. Проблеми посткризового відновлення світової економіки, загроза виникнення другої хвилі кризи безпосередньо загрожує національним інтересам незалежної держави, надзвичайно актуалізує проблему її національної безпеки, в першу чергу такої її складової, як економічна, оскільки на сьогодні саме економіка є найбільш вразливим елементом національної безпеки держави.

Економічна безпека країни визначається як складна багатофакторна категорія, яка характеризує здатність національної економіки до розширеного самовідтворення, з метою протистояння дестабілізуючій дії різноманітних чинників, внутрішніх та зовнішніх, з метою забезпечення конкурентоспроможності національної економіки у світовій системі господарювання [1]. Визначальну роль у забезпеченні економічної безпеки держави відіграє стан розвитку її реального сектора економіки.

Реальний сектор економіки – це сукупність галузей економіки, що виробляють матеріальні і нематеріальні товари і послуги, за винятком фінансово-кредитних та біржових операцій [2]. Основою реального сектора економіки є види економічної діяльності, які виробляють товари – промисловість, сільське господарство, рибне господарство, будівництво, виробництво і розподіл електроенергії, газу, води

Питання оцінки економічної безпеки реального сектора економіки залишаються недостатньо розглянутими. Однією з найбільш ґрунтовних розробок є концепція Олейнікова Е.А. [3], який запропонував розширену диференціацію індикаторів економічної безпеки на основі системи ознак. Досить схожими є погляди більшості вітчизняних фахівців, що досліджують проблеми оцінки рівня національної економічної безпеки. Здобутком авторів Концепції економічної безпеки України, під керівництвом В.М. Геєця [4], яка діяла до прийняття Закону України "Про основи національної безпеки" [5], є розрахунок інтегрального показника економічної безпеки та його прогноз. Це стало основою при розробці Методики розрахунку рівня економічної безпеки України [6], в якій встановлено перелік основних індикаторів стану економічної безпеки України, їхні оптимальні, порогові та граничні значення, а також методи розрахунку інтегрального індексу економічної безпеки. При цьому основні індикатори економічної безпеки реального сектору економіки

розпорошені по різних складових економічної безпеки: макроекономічній, фінансовій, зовнішньоекономічній, інвестиційній, науково-технологічній, енергетичній, виробничій, демографічній, соціальній, продовольчій.

Аналіз теоретичних та практичних джерел в сфері оцінки економічної безпеки дозволяє сформулювати перелік індикаторів для оцінки економічної безпеки реального сектору економіки, зокрема:

макроекономічні індикатори розвитку реального сектору економіки:

валовий внутрішній продукт (ВВП реальний, %; ВВП номінальний, млрд. грн.; в тому числі галузева структура ВВП: промисловість, торгівля, будівництво, транспорт, інші, %; структура ВВП за категоріями кінцевого використання % (кінцеві споживачі витрати домашніх господарств; кінцеві споживачі витрати некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства; кінцеві споживачі витрати сектору загального державного управління; валове нагромадження; сальдо експорту – імпорту товарів і послуг), %; структура ВВП за категоріями доходу (оплата праці найманих працівників; податки за виключенням субсидій на виробництво та імпорт; валовий прибуток, змішаний дохід), %;

зміна цін виробників промислової продукції (до попереднього року), %, в тому числі за основними видами промислової діяльності (промисловість, добувна промисловість, переробна промисловість, виробництво та розподілення електроенергії, газу та води), %;

індикатори розвитку реального сектору економіки:

структура реалізованої промислової продукції (харчова, легка, кокс і нафтоперероблення, хімічна та нафтохімічна, металургія та металообробка, машинобудування), %;

індекси виробництва промислової продукції за видами діяльності, %;

показники виробництва продукції сільського господарства (темпи зростання, %; обсяги продукції сільського господарства у фактичних цінах млрд. грн. (приріст, зниження (+, -) до відповідного періоду попереднього року), %; в тому числі за категоріями господарств, %; виробництво основних видів продукції тваринництва та основних сільськогосподарських культур (приріст, зниження (+, -) виробництва основних видів продукції (до відповідного періоду попереднього року), %);

показники, що характеризують обсяги та динаміку продукції будівництва (в млн. грн.; %);

індикатори сфери послуг (вантажооборот у млн. ткм.; пасажирооборот у млн. пас. км);

показники інвестиційної активності (інвестиції в основний капітал: темпи зростання, зменшення (+, -), %; структура інвестицій за джерелами фінансування (кошти державного бюджету, кошти місцевого бюджету, власні кошти підприємств та організацій, інші джерела фінансування) (у % до загального обсягу); приріст прямих іноземних інвестицій: прямі інвестиції на одну особу (дол. США, наростаючим підсумком); обсяги інвестицій наростаючим підсумком з початку інвестування; млн. дол. США; темпи росту обсягів інвестицій у % до початку року);

показники зовнішньої торгівлі: темпи росту та структура (товарна, географічна) експорту, імпорту, %;

соціальні показники (рівень безробіття, %); середня заробітна плата, стан заборгованості з заробітної плати тощо.

Індикатори стану економічної безпеки реального сектору економіки України розроблено з метою оцінювання стану економічної безпеки України. Важливість формування системи індикаторів економічної безпеки реального сектору економіки пояснюється потребою в конкретних показниках-орієнтирах економічного розвитку реального сектору, подальшому обґрунтуванні доцільності проведення окремих напрямів економічних реформ та формуванні на основі отриманих даних секторальної картини економічної безпеки держави.

Індикатори економічної безпеки реального сектору економіки не тільки надають можливість кількісно визначити параметри необхідного розвитку економічної системи, але і сформулювати якісні вимоги, що є, по суті, цілями економічної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Жаліло Я.А. До формування категоріального апарату науки про економічну безпеку // *Стратегічна панорама*. – 2004. - № 3. – С. 97-104.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. *Современный экономический словарь*. - 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 495 с. — (Библиотека словарей "ИНФРА-М").
3. *Экономическая и национальная безопасность: учебник* / Под ред. Е.А. Олейникова. – М.: Экзамен, 2005. – 768 с.
4. *Концепція економічної безпеки України* / Інститут економічного прогнозування; Кер. Проекту В.М. Гесць. – К.: Логос, - 1999. – 56 с.
5. Закон України. *Про основи національної безпеки України* № 964-IV від 19 червня 2003 р.
6. *Методика розрахунку рівня економічної безпеки України*. – http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=97980.

ПЕРСПЕКТИВИ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Збірник тез доповідей
Всеукраїнської науково-практичної конференції
17 лютого 2012 р.

Технічний редактор Чабаненко Ю.А.
Оригінал-макет підготувала Герасименко О.М.

Підписано до друку «10» лютого 2012 р.
Формат 60x87/16. Папір офсетний
Гарнітура Times New Roman.
Друк різнографічний. Ум. друк арк. 19,63
Наклад 300 прим. Замовлення № 365

Видавництво ТОВ „Маклаут”
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців
Серія ДК №3014 від 11.08.2007 р.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашкевича, 39
Тел. (0472) 45-99-84
E-mail: office@2upost.com

Друк ПП Чабаненко Ю.А.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашкевича, 39
Тел. (0472) 45-99-84
E-mail: office@2upost.com