

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ  
«БІЗНЕС ІНФОРМ»  
№ 1 '2012 г. (408)

Періодичність 1 раз на місяць  
Видається з січня 1992 р.  
Свідоцтво про реєстрацію  
КВ № 17288-6058-ПР від 18.11.2010 р.

**ЗАСНОВНИКИ:**  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ  
ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ЦЕНТР  
ІНДУСТРІАЛЬНИХ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ  
НАН УКРАЇНИ (ХАРКІВ)

**ВИДАВЕЦЬ:**  
ВИДАВНИЧИЙ ДІМ «ІНЖЕК»

**РЕДАКЦІЯ**  
Головний редактор: д-р екон. наук, проф.  
**В. С. Пономаренко**  
Науковий редактор: д-р екон. наук, проф.  
**М. О. Кизим**  
Заст. гол. редактора: д-р екон. наук, проф.  
**О. М. Тищенко**  
Випускаючий редактор:  
**Л. М. Лібуркіна**  
Відповідальний секретар: канд. екон. наук,  
доцент  
**В. Є. Хаустова**

**РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**  
д-р екон. наук, проф.  
**Благун І. С.** (Івано-Франківськ)  
д-р екон. наук, проф.  
**Булєєв І. П.** (Донецьк)  
д-р екон. наук, проф.  
**Заруба В. Я.** (Харків)  
д-р екон. наук, проф.  
**Іванов Ю. Б.** (Харків)  
д-р екон. наук, проф.  
**Клебанова Т. С.** (Харків)  
д-р екон. наук, проф.  
**Ковальчук К. Ф.** (Дніпропетровськ)  
д-р екон. наук, проф.  
**Орлов П. А.** (Харків)  
д-р екон. наук, проф.  
**Тищенко О. М.** (Харків)  
д-р екон. наук, проф.  
**Узунов В. М.** (Сімферополь)  
д-р екон. наук, проф.  
**Христиановський В. В.** (Донецьк)  
**У журналі можуть друкуватися основні  
результати дисертаційних робіт  
з економічних наук**

**З ПЕРЕЛІКУ НАУКОВИХ ФАХОВИХ ВИДАНЬ  
УКРАЇНИ, В ЯКИХ МОЖУТЬ ПУБЛІКУВАТИСЯ  
РЕЗУЛЬТАТИ ДИСЕРТАЦІЙНИХ РОБІТ  
НА ЗДОБУТТЯ НАУКОВИХ СТУПЕНІВ ДОКТОРА  
ТА КАНДИДАТА НАУК  
(Затверджено постановою президії ВАК України  
від 16.12.2009 р. № 1-05/6)**

Журнал «Бізнес Інформ» (Харківський національний еко-  
номічний університет МОН України)

*Бюлетень ВАК України, № 1, 2010*

## ЗМІСТ

### МЕХАНІЗМИ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ

**Купріянова В. С., Матюшенко І. Ю.** Програмно-цільовий  
підхід до державної підтримки розвитку  
вертольотобудування в Україні..... 4

### ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

**Макуха С. Н.** Структурная перестройка внешней торговли  
Украины – требование времени ..... 8  
**Дячек В. В.** Зовнішня торгівля товарами підприємств  
України: статистичний огляд та можливі шляхи розвитку..... 11  
**Назарова Т. Ю.** Розвиток галузі машинобудування  
з урахуванням пріоритетів зовнішньої  
економічної політики України..... 20

### ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

**Московкин В. М., Шигорина Н. А., Джейсон Фрейзер.**  
Сравнительный анализ функционирования ведущих компаний  
мира на основе их глобальных рейтингов..... 25  
**Аболхасанзад Алиреза.** Информационные технологии  
в нефтяной промышленности Ирана..... 36

### РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

**Синиця Т. В., Осьмірко І. В.** Політика регіонального розвитку  
в Україні: реалії та перспективи..... 40  
**Савків У. С.** Інтегральна оцінка сталого розвитку регіону ..... 45  
**Піддубна Л. І., Шестакова О. А.** Проблеми і тенденції розвитку  
експортного потенціалу підприємств машинобудування  
Харківської області..... 51  
**Хаирова Э. А.** Критерии оценки инновационной деятельности  
субъектов хозяйственности АР Крым в современных  
экономических условиях ..... 55

### ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

**Максимів Б. М.** Вплив невизначеності на формування  
інноваційної стратегії випуску продукції ..... 58  
**Корнієнко В. І.** Управління інноваційною активністю  
українських підприємств ..... 61  
**Момот В. Н., Ильченко Е. Н.** Метод оценки инновационного  
потенциала научной деятельности..... 64

## ІНВЕСТИЦІЙНІ ПРОЦЕСИ

- Навроцька Н. А. Дуалізм впливу прямих іноземних інвестицій на приймаючі країни ..... 67
- Юсаф Аб Абди Алсулаіман. Методические основы оценки эффективности государственного регулирования инвестиционной деятельности предприятий торговли ..... 71

## ЕКОНОМІКА ПРОМИСЛОВОСТІ

- Адамовська В. С. Оцінка термінів заміни моделей машин і обладнання..... 75
- Бодрова Н. Е., Булатов К. П. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості ..... 78

## ЕКОНОМІКА СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ТА АПК

- Гримблат С. О., Батырь Ю. Г. Курс на инвестиционно-инновационный путь развития сельского хозяйства Украины ...83
- Германенко Л. М. Стабільність сільськогосподарського виробництва як показник рівня продовольчої самодостатності регіону ..... 86
- Міненко К. В. Економічна ефективність вирощування спеціалізованої м'ясної худоби залежно від сезону отелень ..... 90

## ЕКОНОМІКА ТРАНСПОРТУ ТА ЗВ'ЯЗКУ

- Мушнікова С. А. Методичний підхід щодо формування системи управлінських інновацій підприємств залізничного транспорту на синергетичних засадах ..... 92

## ЕКОНОМІКА ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНА ПОЛІТИКА

- Зима А. Г., Зима О. Г., Кавун С. В. Обеспеченность граждан жильем как социальный фактор..... 96
- Назарова О. Ю. Сучасні тенденції малюкової та дитячої смертності: статистичний аспект ..... 100

## ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА

- Литовченко Е. Ю., Головкин В. А. Методические подходы к комплексной оценке финансовой устойчивости предприятий электронной отрасли ..... 102
- Столярчук А. В., Черныш О. Г. Стоимостно-ориентированное управление как способ повышения финансовой эффективности предприятия..... 105
- Чумак Л. Ф., Пархоменко Е. С. Оценка производственного потенциала как основа формирования стратегии развития предприятия ..... 107
- Гусев А. М. Підвищення мотивації та моделі стимулювання безпечної праці на виробничих підприємствах ..... 109
- Кулик Н. М., Абрамова О. В. Інформаційна база для управлінського аналізу витрат підприємства легкої промисловості..... 112

## ФІНАНСИ, ГРОШОВИЙ ОБІГ І КРЕДИТ

- Джедялова Н. Б., Джедялова Л. Б. Организация деятельности и особенности общей системы налогообложения физических лиц – предпринимателей ..... 115
- Гадецкая С. В., Сидоренко О. Н., Тоценко А. Ю. Использование модели анализа в механизме обеспечения финансовой устойчивости банка ..... 118
- Дубницький В. Ю., Пасчник І. В., Стойкова М. Г. Використання інформації про стан банку в процесі моделювання систем банківського нагляду з використанням марковських процесів. 122

### АДРЕСА РЕДАКЦІЇ:

Україна, 61001, Харків,  
пров. Інженерний, 1а,  
Бібліотечний корп., 2 пов., к. 203  
Тел./факс (057) 758-74-31  
e-mail: biz\_inf@ukr.net

### АДРЕСА ВИДАВЦЯ ТА ВИГОТІВНИКА:

Україна, 61001, Харків,  
пр. Гагаріна, 20, оф. 2227  
Тел./факс (057) 703-40-21, 732-09-59

### ПІДПИСКА:

- у Видавця;
- Агентство «Меркурій»:**  
49056, Дніпропетровськ,  
Набережна Леніна, 15-а, оф. 39.  
Тел. (056) 744-16-61,  
744-72-87, 778-52-85

Науковий журнал

«БІЗНЕС ІНФОРМ»

Видається 1 раз на місяць

Мова видання – українська, російська,  
англійська

Рекомендовано до друку рішеннями  
вченої ради ХНЕУ № 5 від 28.12.11 р.  
вченої ради НДЦ ІПР НАНУ  
№ 1 від 12.01.12 р.

Здано до набору 20.12.2011 р.

Підписано до друку 15.01.2012 р.

Формат 60 x 84/8.

Друк різнографічний.

Ум. друк. арк. 22,0. Обл.-вид. арк. 28,6.

Надруковано у ВД «ІНЖЕК»

Замовлення № 592. Наклад 300 прим.

© БІЗНЕСІНФОРМ, 2012



9 772222 445211

<b>Косарева І. П., Бондаренко Н. В., Сарматичка Н. В.</b> Особливості розвитку системи безготівкових розрахунків в Україні .....	125
<b>Панасенко А. А.</b> Моделирование финансовой деятельности банка .....	129
<b>Пурлиев Б. К., Аннагурбанова Б. К.</b> Методика оценки эффективности кредитного портфеля коммерческого банка .....	132
<b>Клокар О. О.</b> Особливості формування фінансово- кредитних відносин суб'єктів аграрного сектора економіки.....	135

### МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ

<b>Фролова Т. О.</b> Еволюція функції менеджменту до умов глобалізації.....	138
<b>Гвоздарёва Ю. С.</b> Мотивация труда на торговом предприятии .....	147
<b>Чобіток В. І.</b> Методика формування ад'єктивних рішень у системі управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства на засадах контролінгу .....	149
<b>Чумаченко И. В., Можевенко Т. Ю.</b> Использование медиакомбинаций при планировании рекламных коммуникаций предприятия .....	152
<b>Мозгова О. О., Олійник Т. В.</b> Визначення ознак культури адаптивного підприємства .....	155
<b>Бабайлов В. К.</b> Управление, менеджмент, производство.....	157
<b>Кривешко О. В.</b> Місце маркетингових стратегій підприємства у формуванні конкурентних переваг....	159

<b>Абдулгасис В. С., Абдуллаев Р. А.</b> Влияние макроэкономических факторов на развитие телекоммуникационного рынка Украины .....	163
--	-----

### ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

<b>Халина О. В.</b> Финансомика как современная форма хозяйственного развития .....	169
<b>Нагаивская Д. Ю.</b> Факторная модель формирования имиджа предприятия в условиях реализации стратегии выхода на новые зарубежные рынки .....	173
<b>Рассоха И. Н.</b> О несоизмеримости производительности труда на разных исторических ступенях развития культуры .....	177
<b>Савчук О. О.</b> Теоретичні засади ціноутворення.....	179
<b>Фурса В. А., Зубенко Т. М.</b> Теоретичні аспекти фінансово-господарського контролю.....	182
<b>Мостепанюк А. В.</b> Аналіз світового досвіду розвитку державно-приватного партнерства та проблеми його застосування в Україні.....	186
<b>Перерва П. Г.</b> Становлення та розвиток маркетингового аудиту в Україні та світі.....	191

### ІНФОРМАЦІЯ

Анотації.....	194
Відомості про авторів .....	204
Інформація для авторів .....	210

## ПРОГРАМНО-ЦІЛЬОВИЙ ПІДХІД ДО ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ РОЗВИТКУ ВЕРТОЛЬОТобУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

**КУПРІЯНОВА В. С.**

*кандидат економічних наук*

**МАТЮШЕНКО І. Ю.**

*кандидат технічних наук*

**Харків**

**У** «Програмі економічних реформ України на 2010 – 2014 роки» [1] визначено спрямувати вітчизняний науково-технічний потенціал на забезпечення конкретних потреб інноваційного розвитку економіки України й організацію виробництва високо-технологічних товарів і послуг, до яких відноситься й вертольотобудування.

Перспективи створення вітчизняного вертольотобудування на різних етапах новітньої історії України розглядалися як в політичному, так і в економічному контексті [2]. Проблема виробництва вертольотів в Україні відповідає пріоритетам державної політики і була визнана ще у 2001 р., коли уряд затвердив «Державну комплексну програму розвитку авіаційної промисловості України на період до 2010 року» з відповідним розділом щодо вертольотобудування. Як серйозний аргумент на користь можливої реалізації проекту спостерігачі незмінно відзначали, у першу чергу, наявність у країні великого наукового потенціалу і виробничих потужностей.

Орієнтація на такий результат передбачає використання певних засобів, механізмів та інструментарію державного регулювання (ДР) економіки. Аналіз досвіду ДР економічної діяльності розвинених країн показує, що його роль зростає в надзвичайних кризових умовах. Основними цілями ДР є досягнення макроекономічної ефективності, забезпечення стабільного розвитку галузі, підвищення її конкурентоспроможності.

До системи ДР залучаються такі необхідні елементи, як довгострокове прогнозування, програмування та індикативне планування. Саме вони визначають відповідні пріоритети розвитку, можливі джерела інвестування і ресурсного забезпечення, «без державної підтримки, хід і результати соціально-економічних процесів в Україні формуватимуться значною мірою стихійно та під впливом інтересів зовнішнього оточення, саме тому в останні роки розробка та реалізація цільових комплексних програм стала дійовим способом вирішення гострих проблем, що потребують концентрації та цільової орієнтації використаних ресурсів, погодженості дій» [3].

Питаннями програмно-цільового планування та управління, дослідженнями й методичними розробленнями в цій галузі знань займалися такі провідні вчені, як М. Азаров, О. Амоша, В. Геець, Д. Зубаков, М. Кизим,

А. Кисельников, В. Кондратьєв, Б. Мільнер, Б. Райзберг, О. Тищенко, Ф. Ярошенко та інші автори.

Авторами було поставлено за мету теоретичне узагальнення державної підтримки розвитку виробництва вертольотів в Україні з використанням програмно-цільового методу управління.

Проблема розвитку вітчизняного вертольотобудування не може бути розв'язана в рамках Державної програми економічного і соціального розвитку, програм розвитку промислових галузей або регіонів, раніше прийнятих програм, тому, що в цих програмах не передбачене і не забезпечене належне фінансування.

Для вирішення проблеми створення виробництва вертольотів в Україні вбачається за доцільне прийняти рішення про розробку проекту державної цільової науково-технічної програми розвитку вертольотобудування в Україні, установити державних замовників, організувати виконання завдань програми, забезпечити контролювання за її виконанням, використовуючи програмно-цільовий метод.

Особливістю програмно-цільового методу є «пошук ефективних, економічних варіантів проблемних рішень у процесі взаємного узгодження цілей, програмних заходів і ресурсів». Існують такі принципи програмно-цільового методу: цілеспрямованість; облік взаємозв'язків і взаємодій; ресурсозабезпеченість; системний підхід [4].

**Т**ехнологія програмно-цільового управління надає змогу вирішити такі завдання: мотивацію та необхідність вирішення проблем економічної та соціальної сфер; фіксацію вихідного стану існуючої проблеми; формулювання та обґрунтування системної сукупності структурованих, ранжируваних за масштабом, вагомістю цілей та їх завдань; формулювання комплексу альтернативних заходів, взаємне ув'язування з виконавцями; вибір можливих стратегій програм щодо вирішення існуючої проблеми; визначення джерел фінансових та матеріально-технічних ресурсів; створення та впровадження в дію організаційно-економічних механізмів управління реалізацією програмних заходів, контроль за виконанням, регулювання та координацію [4, 5].

Потрібно зазначити, що специфіка програмно-цільового методу полягає в обов'язковому розділі системи цілереалізуючих дій на функціональні, які характеризують зміст запланованих заходів, та адресні, які визначають виконавців заходів.

Проведення об'єктивної оцінки ефективності використання ресурсів є наступною притаманною рисою програмно-цільового методу, за якою потреби в ресурсах визначають, а ресурси виділяють відповідно до цілереалізуючих заходів, згідно з цілями програми [3 – 5].

Автори вважають за необхідне зазначити, що «ефективність програмно-цільового методу управління досягається лише за умови суворого дотримання принципів методу» [4].

Визначення «державної цільової програми», відповідно до Закону України «Про державні цільові програми» – це «комплекс взаємопов'язаних завдань і заходів, які спрямовані на розв'язання найважливіших проблем розвитку держави, окремих галузей економіки або адміністративно-територіальних одиниць, здійснюються з використанням коштів Державного бюджету України та узгоджені за строками виконання, складом виконавців, ресурсним забезпеченням» [6].

Згідно із зазначеним законом цільову програму розробляють за таких умов: існування проблеми; «відповідність мети пріоритетним напрямам державної політики»; необхідність «забезпечення міжгалузевих і міжрегіональних зв'язків»; наявність ресурсного забезпечення виконання програми.

Останнім часом в економічній літературі триває дискусія щодо визначення ролі держави в розвитку промислових галузей в Україні. Деякі економісти наполягають на методичних підходах, за яких у сучасних економічних умовах слід широко використовувати тільки переваги ринкової теорії управління, що ґрунтується на принципах лібералізму. Дослідженнями підтверджено [7], що в умовах ринкової економіки пріоритетне значення належить надавати ДР високотехнологічних галузей, в тому числі вертольотобудуванню, його оптималь-

не поєднання з ринковими регуляторами зможе забезпечити найбільш вагомий результат. На рис. 1 наведено схему державного регулювання розвитку вітчизняного вертольотобудування [7].

Використовуючи міжнародний досвід, зокрема досвід РФ, з посиланнями на основні положення закону «О государственном регулировании развития авиации» [8], автори вважають доцільним визначитися з такими базовими поняттями стосовно «державного регулювання вертольотобудування», а саме: ДР розвитку вертольотобудування як «системи економічного й правового регулювання розвитку виробництва вертольотів, державної підтримки та захисту вітчизняних розробників, продуцентів, експлуатантів, власників вертольотної техніки, а також суб'єктів інфраструктури».

Аналіз теорії програмно-цільового методу дозволив встановити доцільність його використання під час формування програм державної підтримки розвитку вертольотобудування в Україні. Підсумовуючи теоретичне підґрунтя програмно-цільового методу, цільову програму державної підтримки розвитку вертольотобудування можна охарактеризувати як «ув'язаний за ресурсами, термінами виконання та фінансування, виконавцями комплексу погоджених за змістом заходів» цілеспрямованих на вирішення проблем вертольотобудування.

Ураховуючи вищезазначене та використовуючи технологію програмно-цільового програмування, посилюючись на Закон України «Про державні цільові програми» [6], який наводить детальну структуру та зміст цільової програми, а також «Порядок розроблення та

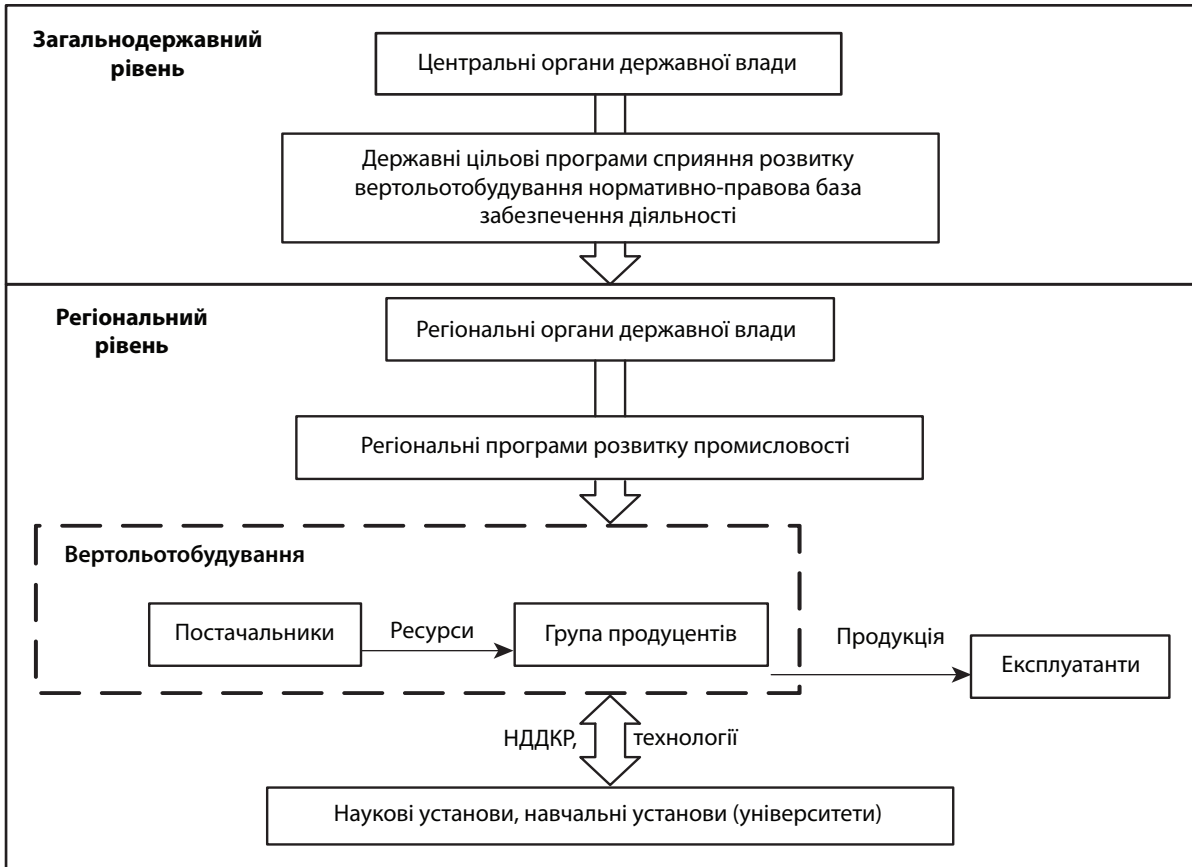


Рис. 1. Схема державного регулювання розвитку вертольотобудування в Україні

виконання державних цільових програм» [9] та враховуючи зарубіжний досвід РФ (Федеральна цільова програма «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002 – 2010 годы и на период до 2015 года» [10]), автори пропонують за необхідне зазначити, що основними вимогами до змісту цільової програми є наступні [5, 6]: визначення проблем вертольобудування, ранжирування їх за вагомістю, аналіз причин виникнення; визначення мети програми, обґрунтування вибору цілей та завдань програми, які повинні вирішити проблеми вітчизняного вертольобудування; обґрунтування складу заходів підтримки, планування термінів їх виконання, оцінки передбачуваних результатів, встановлення виконувачів; «планування обсягів ресурсного забезпечення програми за джерелами й обґрунтування його реалістичності»; аналіз ефективності реалізації програми, прогнозування передбачуваних результатів програми; «розподіл відповідальності за реалізацію програми та її частин, побудови механізмів контролю, аналіз тривання робіт за програмою, а також прийняття рішень з коректування програми у разі необхідності».

Спираючись на основні засади програмно-цільового підходу для розроблення цільової програми, автори вважають доцільним скористатися наступною організаційною схемою порядку реалізації цільової програми підтримки вертольобудування в Україні яку наведено на рис. 2 [7].

Щодо структури програми, то вона повинна відповідати схемі порядку реалізації цільової програми підтримки вертольобудування в Україні та визначити: логічну послідовність процедур формування програми й системи управління її реалізацією; методи здійснення; критерії оцінки результатів.

Після встановлення проблем розвитку вертольобудування реалізують стратегічне планування, яке неодмінно повинно враховувати принципи програмно-цільового методу. У ході цього етапу виконання повинен бути сформульований «комплекс цілей, завдань і заходів, що утворюють загальну мету програми» і будують підґрунтя для формування заходів підтримки розвитку виробництва вертольотної техніки [9].

У наслідку виконання етапу стратегічного планування зобов'язані бути визначені «цільові орієнтири програми», а саме: «початковий варіант цілей програми», пріоритетні напрямки підтримки» вертольобудування, а також заходи сприяння за цими напрямками, умови розподілу ресурсів [4].

Метою програми є зміни в структурі, потенціалі й результативності вертольобудування в Україні, очікувані в наслідку виконання запланованих заходів його підтримки. Щодо стрижневих вимог при визначенні цілей програми то вони зобов'язані бути відповідні проблемам, на які зорієнтовано програму, подані у вигляді «очікуваних змін тих параметрів структури, потенціалу



Рис. 2. Схема порядку реалізації цільової програми підтримки вертольотобудування в Україні

й результативності», які на «стадії стратегічного планування було обрано як цільові орієнтири контролювані і реалістичні [4, 9].

Заходи з реалізації програми державної підтримки розвитку вертольобудування, встановлюються зважаючи на ресурсні можливості та обмеження і згідно з технологією програмно-цільового управління повинні бути «скоординовані, зорієнтовані в часі, взаємопов'язані та прив'язані до конкретних виконавців, обсягів і термінів фінансування» [5]. Планування заходів програми підтримки є головним під час розроблювання програми. «Очікувані результати виконання цільової програми мають бути обґрунтовані та представлені в якісній та кількісних формах» [4].

Введення у дію цільової програми державної підтримки розвитку вітчизняного вертольобудування даватиме наслідки, за умови якщо вона буде «повною мірою забезпечена ресурсами, насамперед фінансовими. Визначення потреб у ресурсах і джерел їхнього одержання – одна з першорядних сторін розробки програми державної підтримки». Головним джерелом фінансування цільової програми мають бути цільові бюджетні кошти [3].

Експерти оцінюють витрачання на створення виробництва вертольотів в Україні на рівні 100 – 200 млн дол. [2]. Для порівняння, цільова програма «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002 – 2010 годы и на период до 2015 года» передбачає виробити за цей період 2200 вертольотів, при цьому на фінансування програми виділяють 6000 млн дол., з яких на долю вертольобудування може припадати близько 2700 млн дол. [10].

Також необхідно зазначити, що під час розроблення програми повинна бути детально пророблено систему контролю за її виконанням.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, результати проведеного дослідження підтвердили, що створення виробництва вертольотної техніки в Україні має державну значущість, тому розробка цільової програми підтримки розвитку вертольобудування сприятиме: подоланню кризових явищ у вітчизняному авіабудуванні та суміжних галузях; дозволить задовольнити потреби держави та приватних структур у вертолітній техніці; підвищенню експортного потенціалу України; розширенню взаємодії держави і приватного бізнесу та створенню умов для залучення приватного капіталу для інвестування розвитку галузі; створенню нових робочих місць; розвитку високотехнологічного сектора національної економіки та підвищенню її конкурентоспроможності в цілому. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. «Програма економічних реформ України на 2010 – 2014 роки». Комітет з економічних реформ при Президентові України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/signal/0004100.pdf>
2. «Правительство будет развивать вертолетострое-ние». Правительственный портал. [Электронный ресурс] –

Режим доступа: [http://www.kmu.gov.ua/control/ru/publish/article?art\\_id=243775973&cat](http://www.kmu.gov.ua/control/ru/publish/article?art_id=243775973&cat)

3. Програмно-цільовий метод у бюджетному процесі / М. Я. Азаров, Ф. О. Ярошенко, О. І. Амоша (кер. авт. кол.). – Т. 4. – К. : НДФІ, 2004. – 368 с.

4. Мильнер Б. З. Организация программно-целевого управления / Б. З. Мильнер. – М. : Наука, 1980. – 370 с.

5. Кисельников А. А. Моделирование структуры и процесса реализации комплексных региональных программ / А. А. Кисельников. – Новосибирск : Наука, 1984. – 176 с.

6. Закон України «Про державні цільові програми» №1621-IV від 18.03.2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

7. Купріянова В. С. Механізм підтримки розвитку авіаційної промисловості у державних цільових програмах: Дис... канд. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». – Х., 2010. – 184 с.

8. Федеральный Закон РФ «О государственном регулировании развития авиации» №10-ФЗ от 8 января 1988 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mintrans.ru>

9. Постанова КМУ «Про порядок розроблення та виконання державних цільових програм» від 31.01.2007 р. № 106 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

10. Федеральная целевая программа «Развитие гражданской авиационной техники России на 2002 – 2010 годы и на период до 2015 года» (утв. Постановлением Правительства РФ от 15.10.2001 г. №728) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minprom.gov.ru>

## СТРУКТУРНАЯ ПЕРЕСТРОЙКА ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ УКРАИНЫ – ТРЕБОВАНИЕ ВРЕМЕНИ

МАКУХА С. Н.

доктор экономических наук

Харьков

**В**ключение экономики Украины в глобализационный процесс можно по праву отнести к наиболее актуальным, поскольку эффективные внешнеэкономические связи обеспечивают стабильный, динамичный и качественный рост производства, позволяющий стране занять достойное место в системе международного разделения труда. Реализация поставленной задачи в значительной степени зависит от внешнеторговой политики государства, направленной на ускорение структурной перестройки экономики, имеющей инновационно-инвестиционную направленность.

Исследования мировой торговли и конкурентоспособности национальных экономик представлены в работах многих известных отечественных и зарубежных ученых: Е. Азроянца, М. Делягина, Б. Гаврилишина, З. Бжезинского, О. Білоруса, І. Багровой, І. Бураковско-го, П. Кругмана, Ю. Полунеева, С. Соколенко, Дж. Сороса, Н. Косолапова, А. Филипенко, О. Шныркова. Однако инновационному аспекту внешнеторговой деятельности как фактору обеспечения конкурентоспособности государства уделялось недостаточно внимания.

Автор ставит цель – обозначить приоритеты внешнеторговой политики национальной экономики, основывающиеся на экспорте наукоемких товаров с высоким уровнем добавленной стоимости и активном импортозамещении.

Как показал недавний финансово-экономический мировой кризис, неоптимальная структура внешнеторговых операций – ориентация на экспорт сырья и полуфабрикатов и значительная зависимость от импорта энергоносителей – приводит к чрезвычайной уязвимости экономики страны. Так, ВВП Украины за третий квартал 2009 года по сравнению с аналогичным периодом 2008 года уменьшился на 15,9%. Практика показывает, что в настоящее время экономика, на 60% зависящая от изменчивости конъюнктуры внешнего рынка, не может быть стабильно прогнозируемой [1]. Более того, мировой опыт свидетельствует, что при импорте свыше 30% энергоресурсов теряется независимость в осуществлении экономической политики государства [2, с. 11 – 12].

Поставщики энергоносителей осознают, что наличие стратегически важных ресурсов дает им возможность существенно влиять на мировую экономику и внешнюю политику. Так, согласно официальной энергетической стратегии Российской Федерации до 2020 г., «Россия располагает значительными запасами энергетических ресурсов и мощным топливно-энергетическим

комплексом, который является базой развития экономики, инструментом проведения внутренней и внешней политики. Роль страны на мировых энергетических рынках во многом определяет ее геополитическое влияние» [3]. Глава Газпрома Алексей Миллер в 2006 году откровенно заявлял, выступая перед послами ЕС, что сила Газпрома в надежности, которая обеспечивается целостностью системы, объединяющей добычу, эксплуатацию, распределение, хранение и продажу. И цель состоит в расширении этой системы по всей Европе. На этой встрече было заявлено, что «Газпром» должен контролировать все обращение газа [4].

Недавним примером реализации заявленной политики может служить подписанный «Газпромом» договор на покупку 50% акций «Белтрансгаза». Поскольку первая половина акций была приобретена в начале 2000-х годов, ныне «Газпрому» принадлежит вся газотранспортная система Беларуси. Сложившаяся ситуация оценивается специалистами как полная потеря возможности Беларуси контролировать собственную экономику. Следовательно, значительные объемы импортируемых энергоресурсов и отсутствие диверсификации поставок чреваты не только экономической, но и политической зависимостью от государств-поставщиков.

**О**днако следует отметить, что с течением времени ставка на экспорт энергоресурсов во внешнеторговой политике становится все более сомнительной, имея в виду использование энергосберегающих технологий и возобновляемых источников энергии в государствах-импортерах. В современных условиях происходит переход от использования конкурентных преимуществ, основанных на низкой стоимости рабочей силы и природных ресурсов, к преимуществам инновационного характера. Поэтому конкурентные преимущества, основанные на дешевой рабочей силе, не срабатывают, поскольку весомая доля зарплаты в издержках современных предприятий развитых стран компенсируется высокой производительностью труда.

Наличие значительных запасов топливно-энергетических ресурсов и их экспорт также не может выступать в роли долговременного и надежного условия обеспечения успеха на мировых рынках. Более того, их экспорт может выступать фактором, противодействующим развитию научных исследований, направленных на энергосбережение, их внедрение в производство, и оказывать негативное влияние на состояние научно-технического прогресса в целом.

Причина такой ситуации – возможность государства, располагающего значительными запасами природных ресурсов, обеспечивать определенный уровень социально-экономического развития за счет экспорта этих ресурсов. Отсутствие же или ограничение возмож-



ностей эксплуатации природных факторов экономического роста стимулирует поиски альтернативных факторов обеспечения благосостояния государств на основе реализации инновационной модели развития. Она предусматривает содействие развитию науки и техники, повышению инновационной активности, обеспечению успеха национальной продукции на мировом рынке как на основе ценовой, так и неценовой конкуренции.

Низкая конкурентоспособность продукции украинских товаропроизводителей на мировых рынках препятствует вхождению Украины в мировую торговлю как полноправного партнера. Из промышленных товаров на рынках далекого зарубежья может конкурировать не больше 1%. Кроме того, товары, пользующиеся спросом на внешних рынках, не отвечают международным стандартам, например отдельные виды металлургической промышленности. Согласно данным Всемирного экономического форума, Украина по технологической конкурентоспособности среди 139 стран мира занимает 83 место, а по инновационной способности - 63 место [5].

**В** последние годы доля готовых изделий в экспорте Украины составляет 37,1 – 35,4%, что значительно меньше, чем в мировом экспорте. В отечественном экспорте доминирует (более 50%) минеральная продукция и металлы. Реализуемая на внешних рынках аграрная продукция характеризуется низкой степенью переработки [6, с. 16]. В структуре экспорта Украины преобладают средне- и высокотехнологическая продукция, поэтому экспорт высокотехнологических товаров не покрывает их импорт, что приводит не только к топливно-энергетической, но и технологической зависимости от западных устаревших технологий. Неоптимальная структура экспорта, не отвечающая требованиям времени, порождена сложившейся структурой промышленного производства страны и направлением инновационно-инвестиционной политики в целом.

Известно, что научно-технический и технический уровень любого государства зависит от преобладающего в экономике уклада. Так, 5-й уклад, переход к которому начался в 70-е годы прошлого века, основывается на развитии телекоммуникационных технологий, вычислительной и робототехнике, программном обеспечении, аэрокосмической промышленности. Шестой уклад, начиная с середины 90-х годов XX ст. предполагает развитие генной инженерии, нанотехнологий, фотоники, оптоэлектроники, альтернативной энергетики (использование энергии ветра, солнца и др.).

В настоящее время по объему произведенной продукции в Украине преобладает 3-й технологический уклад. На 5-й приходится только 4%. По объему финансирования научно-технических разработок лидирует 4-й уклад, доля 5-го уклада составляет всего лишь 23% [7, с. 285]. Руководители регионов и предприятий признают, что многие предприятия не в состоянии ни технически, ни экономически конкурировать с мощными иностранными компаниями. «Бывшие технологии, которые мы не развивали, а с огромными потугами старались хотя бы сохранять на протяжении последних десятилетий, теперь не дают нам возможности создавать

лучшую и более дешевую продукцию». Поэтому единственный возможный путь, по их мнению, – это «создание общих предприятий с теми компаниями, которые имеют оптимизированные и приспособленные к нынешнему рынку технологии» [8, с. 10].

Устаревшая техническая оснащенность отечественных предприятий – причина низкого уровня производительности труда и энергоэффективности – факторов, влияющих на ценовую конкуренцию. В структуре затрат на производство украинской экономики чрезвычайно высокую цифру – 57,4% представляет материальная составляющая. В промышленности материалоемкость достигла 70,2%. В Украине недопустимо низкая эффективность использования энергоносителей. Энергоемкость украинского ВВП в 2-3 раза выше, чем в промышленно развитых странах мира.

Показатель энергоэффективности для экономики Украины в 2009 году составлял 52% от уровня ЕС. Несмотря на позитивные тенденции в сфере энергосбережения, которые наблюдаются в Украине на протяжении последних 10 лет, наличие Государственной целевой экономической программы энергоэффективности на 2010 - 2015 годы, предусматривающей сокращение уровня энергоемкости ВВП к 2015 г. на 20%, комплексный, целенаправленный подход к решению проблемы отсутствует. Об этом говорит тот факт, что выполнение мероприятий по реформе электроэнергетики в соответствии с Национальным планом действий по внедрению Программы экономических реформ на 2010 – 2014 годы составило в 2011 году всего лишь 25,7% [9].

**И**дея в виду евроинтеграционные устремления страны, энергосбережение должно стать одним из приоритетных направлений экономической политики государства в целом и внешнеэкономической в частности. В данном контексте заслуживает внимания обсуждение участников «круглого стола» на тему: «Энергорынок Украины на пересечении государственных, частных и глобальных интересов: действующие лица и регуляторы», организованного Всеукраинской общественной организацией «Институт исследований экономики и общества XXI столетия» при поддержке кафедры экономической теории и истории экономики национальной академии государственного управления при Президенте Украины. Ученые заявили об отсутствии государственного похода к формированию национальной стратегии в энергетической сфере, предусматривающий преимущество в обеспечении конкурентоспособности украинской экономики по сравнению с «частными интересами высокопоставленных участников закулисных схем поставок и распределения энерго-ресурсов» [10, с. 6].

Повышение конкурентоспособности отечественных товаров в контексте сокращения все возрастающих затрат на импортные энергоносители зависит и от замены импорта собственными ресурсами. Украина располагает значительными запасами топливно-энергетических ресурсов. Это уголь, уран, углеводороды. Их запасы могут обеспечить стабильное и успешное развитие экономики, а также энергетическую безопасность страны.

В настоящее время в Украине добывается всего лишь 20 млрд кубических метров газа. Хотя возможности шельфа Черного моря, где на большой глубине, по оценке специалистов, залегают огромные запасы нефти и газа, используются незначительно. Одна из причин такой ситуации – отсутствие достаточных средств для разработки месторождений. Однако при наличии соответствующего инвестиционного климата проблема вполне решаема.

Концепция устойчивого экономического развития, ставшая популярной в начале 90-х годов прошлого века и предполагающая единство экономической, экологической и социальной сфер деятельности, а также требования Евросоюза, обязывает ускорить переход на использование обновляемых источников энергии: воды, солнца, ветра, биоресурсов. Ныне возобновляемые источники энергии в энергобалансе Украины составляют 1%. К 2015 году планируется довести этот показатель до 5%. Для сравнения, по данным Европейской ветроэнергетической ассоциации, доля электроэнергии, генерируемой только ветровыми станциями составляет в Дании 20%, в Португалии – 15, в Испании – 14, в Германии – 9 [11, с. 12]. Современная ветровая энергетика высокими темпами распространяется не только в европейских странах, но и в США. До 2012 года половина новых мощностей, которые вводят в эксплуатацию в американской энергетике, будет приходиться на ветровые турбины.

Следует отметить, что стоимость энергоресурсов, полученных от альтернативных источников, не намного выше в сравнении с традиционными. По мере развития НТП и совершенствования технологий эти величины будут выравниваться и сокращаться затраты на возобновляемые энергоресурсы. Прогнозируется, что к 2030 г. издержки на производство альтернативных источников будут ниже, чем на производство традиционных. Таким образом, разработка собственных месторождений топливно-энергетических ресурсов и переход на возобновляемые сократит их импорт, уменьшит материальную составляющую издержек производства и обеспечит повышение конкурентоспособности экспорта.

Долгое время весомым конкурентным преимуществом государств была низкая зарплата, что значительно снижало цены на продукцию как на внутреннем, так и на внешних рынках. Несмотря на положительную динамику номинальной зарплаты, ее абсолютная величина в Украине незначительна, что удешевляет товары. Например, доля зарплаты в валовом внутреннем продукте Франции составляет 51,6%, Швеции – 54,4, Великобритании – 54,5, тогда как в Украине всего лишь 24%, что более чем в 2 раза меньше, чем в среднем по ЭС (48,8%). Поэтому существенно различаются и величины минимальных зарплат. Во Франции данная величина в 16 раз превышает украинский показатель, в Великобритании – в 14, в Польше – более чем в 4 раза [12, с. 5]. И такая неутешительная картина складывается при том, что в последние годы уровень частного потребления в Украине возрастал в 3,5 раза быстрее по сравнению с ростом производительности труда. Следовательно положительный эффект низких затрат на рабочую силу

поглощается низкой производительностью труда и не может служить фактором, повышающим конкурентоспособность.

Главная составляющая успеха страны на международных рынках в современных условиях – инновационность товаров и услуг. Его достижение определяется тем, насколько необходимость производства, по своим качественным параметрам созвучного требованиям научно-технического прогресса, осознается на микроуровне и юридически, организационно, экономически обеспечивается государством. Реализация инновационной политики требует четкого определения приоритетов в развитии научных направлений и производств, способных довести результаты исследований до практического применения. Одним из важнейших принципов государственной инновационной политики Украины должна стать концентрация ресурсов на приоритетных направлениях научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок. Страна имеет значительный научно-технический потенциал в области технологий создания новых материалов, биотехнологий, физики низких температур, электросварки, информатики.

Украина входит в число лидеров развития информационных технологий стран Центральной и Восточной Европы. На территории страны работают 200 тыс. специалистов ИТ и потребность в кадрах высокой квалификации будет возрастать, поскольку в 2011 г. темпы роста отрасли составили 50%. Это дает право надеяться на то, что информационно-коммуникационные технологии по праву войдут в число приоритетных и будут способствовать повышению инновационности экспорта. Следует отметить, что ускорению инновационного процесса в странах-новых членах ЕС в значительной степени способствовал иностранный капитал, при активном участии которого осуществлялась структурная перестройка экономики, приближение товаров и услуг к стандартам Союза. В Китае привлечение иностранных инвестиций создало новые возможности для развития компаний, которые специализируются в области высоких технологий и товаров с высокой добавленной стоимостью.

## ВЫВОДЫ

Повышение эффективности внешнеторговых операций Украины зависит от структурных преобразований в экономике, требующих не только правового, организационного, институционального обеспечения, но и достаточного уровня инвестиций. В условиях, когда национальный бизнес и государство не способны обеспечить необходимый уровень капиталообразования, следует активизировать усилия по привлечению иностранного капитала к участию в структурной перестройке для создания инновационной модели национальной экономики. Преследуя эту амбициозную цель, необходимо учитывать, что ограниченные инвестиционные возможности государства и вызовы глобализации не дают нам достаточного времени и не обещают позитивных эффектов от применения «догоняющего развития».

Такой путь, по нашему мнению, заведомо обречен на неуспех, поскольку те, кого мы «догоняем»,

не останавливаются в своем развитии, вежливо желая пропустить нас вперед. Поэтому инновационно-инвестиционная политика Украины должна быть сосредоточена на модели прорывного, «опережающего развития». Эта модель требует сосредоточения ограниченных ресурсов на комплексном развитии инновационных, наиболее конкурентоспособных производств, начиная с фундаментальных научных исследований и заканчивая готовым инновационным продуктом. Инфраструктурным институтом, способным обеспечить указанный механизм, могут служить специальные технологические экономические зоны, позволяющие сконцентрировать ресурсы на приоритетных направлениях научного и научно-технического развития. ■

## ЛИТЕРАТУРА

- 1. Гальчинский А.** Неспособность власти сформировать конструктивную стратегию преобразований обуславливает ее бесперспективность [Электронный ресурс].– Режим доступа : <http://zn.ua/articles/87587>
- 2. Андрійчук В.** Энергобезопасность: энергосбережения и напруги диверсифікації енергопостачання (у контексті перспективи взаємовідносин України і Польщі) [Текст] / В. Андрійчук // Економічний часопис.– XXI.– 2007.– № 7-8.
- 3.** Энергетическая стратегия России на период до 2020 г. [Электронный ресурс].– Режим доступа : // <http://allru.org/BPravo/Dokum Show.asp?DocumID=84175.4>.
- 4. Шерр Д.** На пересечении двух векторов [Электронный ресурс].– Режим доступа : <http://www.day.kiev.ua/256703/>
- 5.** Кабінет міністрів України. Постанова від 2 лютого 2011 р. № 389. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні [Електронний ресурс].– Режим доступа : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=389-2011-%EF>
- 6. Андрійчук В. Г.** Економічна безпека України: стан, критерії виміру та превентивні заходи її зміцнення [Текст] / В. Г. Андрійчук // Економічна безпека України і виклики сьогодення : збірн. матеріалів XIII міжнародної науково-практичної конференції 28 травня 2010 р., ч. I.– Київ : УДУФМТ, 2010.– 240 с.
- 7.** Економіка знань – модернізаційний проєкт України [Текст] / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор НАН України Б. Є. Кваснюка.– К. : Фенікс, 2007.– 542 с.
- 8. Козак І.** Техніки багато, але не української [Текст] / І. Козак // Голос України.– 2011.– № 225.
- 9.** Стан виконання Національного плану дій на 2011 рік щодо впровадження Програми економічних реформ на 2010 – 2014 роки [Електронний ресурс].– Режим доступа : [http://dt.ua/POLITICS/na\\_velikiy\\_povitryaniy\\_kuli-90983.html](http://dt.ua/POLITICS/na_velikiy_povitryaniy_kuli-90983.html)
- 10. Чепіжко В.** «Мозковий штурм» енергетичних проблем [Текст] / В. Чепіжко // Урядовий кур'єр.– 2011.– № 217.
- 11. Точений В.** З часом тарифи на електроенергію досягнуть рівня «зелених» [Текст] / В. Точений // Урядовий кур'єр.– 2011.– № 33.
- 12. Шаповал М.** Щоб добре жити, треба працювати [Текст] / М. Шаповал // Урядовий кур'єр.– 2011.– № 4.

## ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ: СТАТИСТИЧНИЙ ОГЛЯД ТА МОЖЛИВІ ШЛЯХИ РОЗВИТКУ

ДЯЧЕК В. В.

аспірант

Харків

**М**іжнародна торгівля товарами та послугами є вагомим складовим зовнішньоекономічної діяльності країни. Я. Тінберген виділяв останню як складову врівноваженого економічного розвитку суспільства. Тому в управлінні економічним розвитком країни поряд з безробіттям та інфляцією слід приділяти увагу управлінню зовнішньоекономічною діяльністю, міжнародній торгівлі товарами зокрема. При прийнятті рішень необхідна інформація про об'єкт управління, яка знижує рівень невизначеності про нього та оточуючу його середу. На даному етапі посткризового розвитку економіки України та її зовнішньоекономічної діяльності постає питання вибору напрямку подальшого руху. Тому для осмислення стану розвитку даного виду діяльності було прийнято рішення проаналізувати статистику розвитку експорту-імпорту товарів, у результаті якого буде констатація факту ступеню успішності даного виду діяльності та можливі шляхи її подальшого

розвитку. Це значно знизить рівень невизначеності та надасть варіанти для прийняття рішень щодо подальшого напрямку розвитку й відповідно обрання заходів державного управління.

*Мета дослідження* – за допомогою об'єктивних методів статистичного аналізу констатувати ситуації, що склалася у зовнішньоекономічній торгівлі товарами, обґрунтування та формулювання можливих шляхів розвитку у цій сфері діяльності України.

Для прийняття рішення щодо напрямку удосконалення регулювання зовнішньоекономічної діяльності необхідно проаналізувати ситуацію, що склалася на сьогодні у даній сфері діяльності вітчизняних підприємств.

*Об'єкт дослідження* – економічна активність українських підприємств.

*Предмет дослідження* – статистика зовнішньоекономічної торгівлі товарами українськими підприємствами.

Для розуміння стану економіки України було розглянуто динаміку індексу фізичного обсягу ВВП України за 1991 – 2009 рр. [10], яка представлена графічно на *рис. 1*.

Індекси фізичного обсягу внутрішнього продукту показують таке:

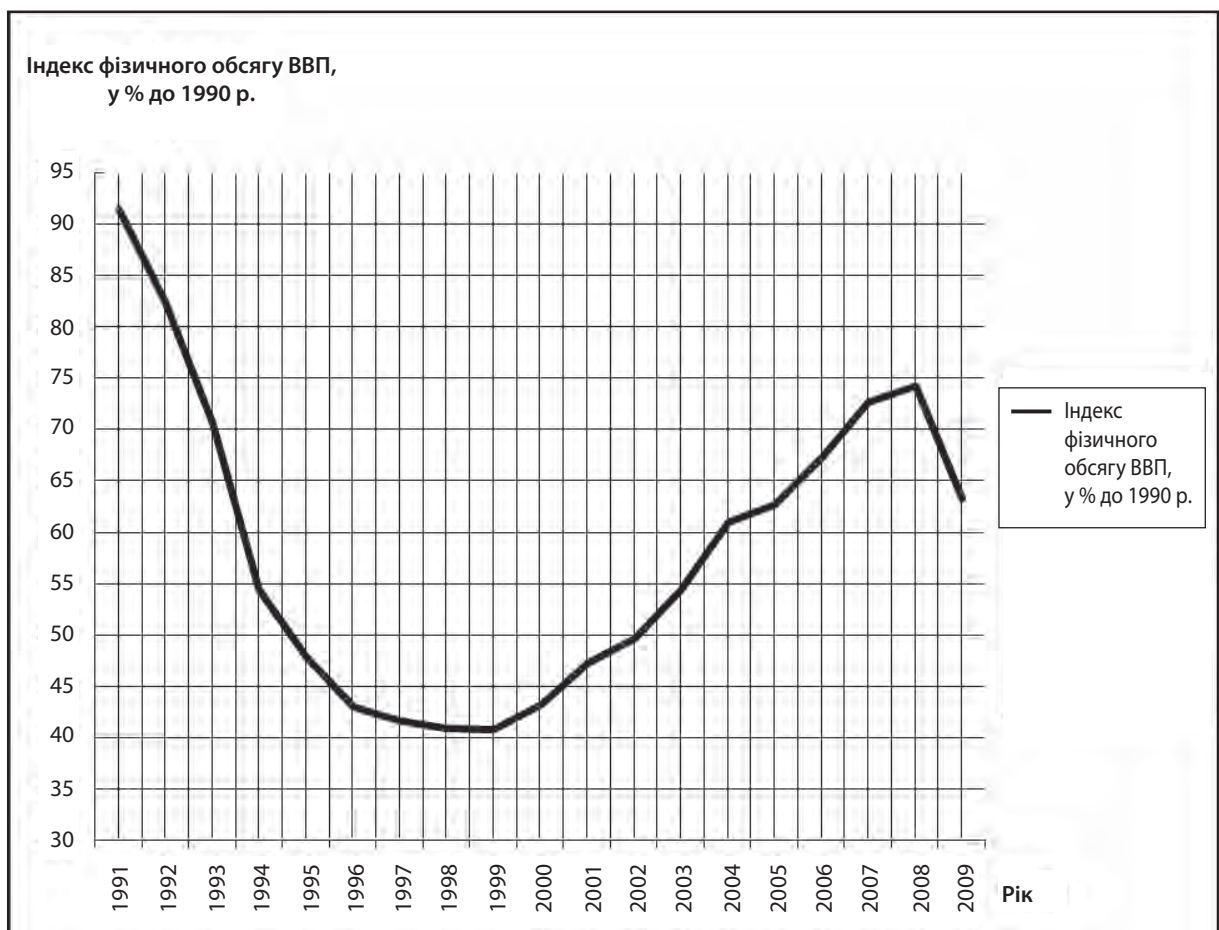


Рис. 1. Індекс фізичного обсягу ВВП України за 1991-2009 рр., у %

- ✦ у 1990 році товарів вироблялося більше, ніж за наступні роки у період з 1991 по 2009 рр.;
- ✦ на обраний проміжок часу доводиться азіатська криза 1998 – 1999 рр., яка перейшла і сильно позначилася на країні колишнього СРСР, у тому числі й Україну. У результаті видно, що пік кризи припав на 1998 рік, а економіка почала відновлюватися через рік-два;
- ✦ на даний момент у країні також спостерігаються кризові явища, але зараз Україні більш інтегрована в міжнародний простір, і її економіка буде відчувати відновлення світової економіки, що позитивно позначиться на стан першої через зовнішньоекономічну діяльність;
- ✦ потенціал зростання економіки України при відновленні – приблизно 40 п. п. до рівня 1990 р.

Далі було проаналізовано тенденції розвитку зовнішньоекономічної діяльності українських підприємств [8], *рис. 2*.

З *рис. 2* видно, що у 1999 р. відбулося незначне зниження показників експорту та імпорту, яке розпочалося у 1997 р. і тривало до 2000 р., у результаті розповсюдження Азійської кризи 1997 р. Але таке незначне зниження пояснюється зниженням обсягів зовнішньоекономічної діяльності з 1990 р. разом із показниками ВВП. З 1999 р. дані показники росли експоненційно, уповільнивши своє зростання в 2004 р. та відновивши зростання у 2005 р. З цього року імпорту перевищує

експорт. У 2008 р. спостерігається падіння показників через фінансову кризу, але по аналогії з Азійською кризою 1997 р. можна прогнозувати відновлення рівня зовнішньоекономічної діяльності у 2010 – 2012 рр. до рівня 2007 р. та продовження тренду зростання разом із відновленням зростання світової економіки. Також в результаті кризи різниця між експортом та імпортом зменшилася.

Далі було проведено АВС-аналіз [11] структури експорту товарів товарними групами за 2010 рік [8], результати якого представлено в *табл. 1*. З неї видно, що до групи А увійшло шість груп товарів УКТ ЗЕД [6], але слід зауважити: значну питому вагу має група «XV. Недорогоцінні метали та вироби з них» – приблизно 34%. Далі було проведено дисперсійний аналіз базисних середньорічних темпів зростання експорту [3, с. 124, с. 146] за групами товарів УКТ ЗЕД, який представлено в *табл. 2*, з якої витікає, що коефіцієнт варіації складає 31% – значне відхилення, також можна констатувати [3, с. 149]: групи АВС-аналізу всередині відрізняються рівнем темпів зростання. Для більш глибокого розуміння графічно на *рис. 2* і *рис. 3* представлено зміну питомих ваг перших двох АВС-груп за 2002 – 2010 рр.

На *рис. 3* не зображено групу «VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості», тому що вона має низькі темпи зростання та невелику питому вагу. Найшвидше зростає експорт «II. Продуктів рослинного походження» й «XVII. Транспортних засобів та шляхового обладнання». Але падіння за даними

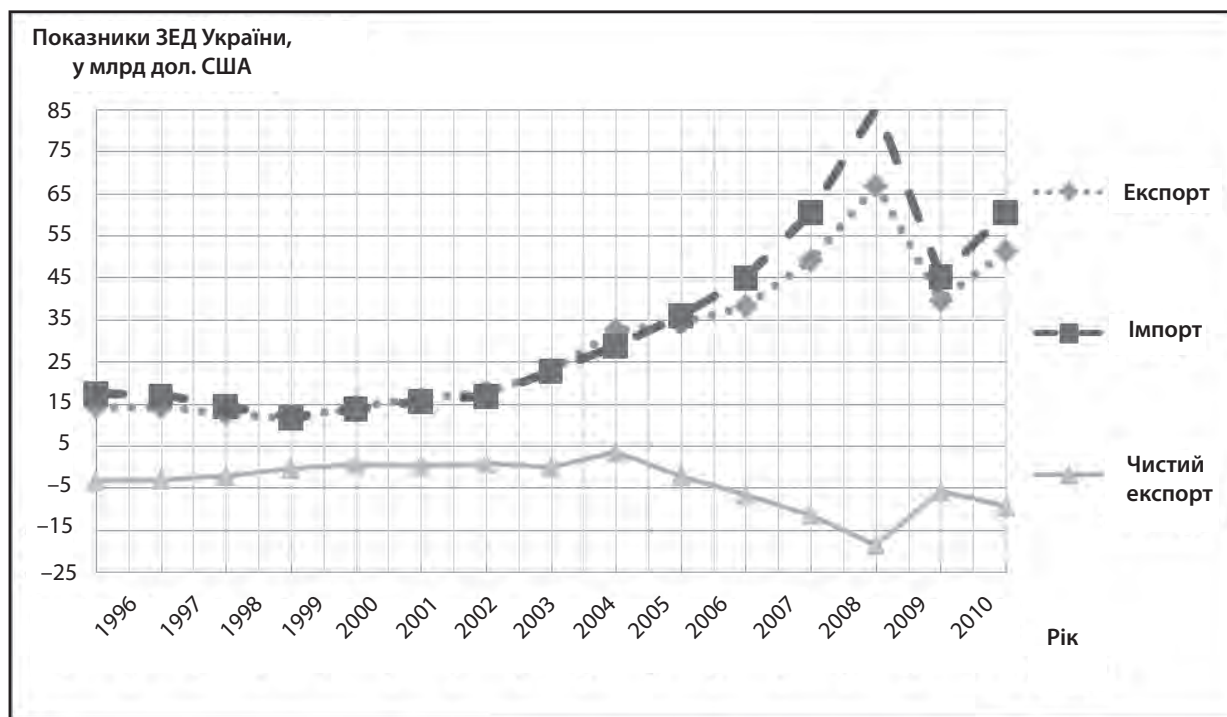


Рис. 2. Показники експорту-імпорту товарів України за 1996 – 2009 рр., млн дол. США

Таблиця 1

АВС-аналіз структури експорту товарів за групами УКТ ЗЕД за 2010 р.

№ з/с	АВС-група	Група товарів УКТ ЗЕД [6]	Питома вага групи УКТ ЗЕД	Питома вага АВС-групи
1	2	3	4	5
1	А	XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	33,7	78,80
2		V. Мінеральні продукти	13,3	
3		XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	11	
4		II. Продукти рослинного походження	7,7	
5		VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	6,8	
6		XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання	6,3	
7	В	III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	5,1	15,00
8		IV. Готові харчові продукти	5	
9		X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	1,8	
10		IX. Деревина і вироби з деревини	1,6	
11		I. Живі тварини; продукти тваринного походження	1,5	
12	С	XI. Текстиль та вироби з текстилю	1,4	6,2
13		VII. Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	1,3	
14		XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	0,8	
15		XX. Різні товари і вироби	0,8	
16		99 Різне	0,6	
17		XVIII. Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	0,5	
18		VIII. Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	0,3	

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ

ЕКОНОМІКА

1	2	3	4	5
19		XII. Взуття, головні убори, парасольки	0,3	
20		XIV. 71 Дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	0,1	
21		98 Товари, придбані в портах	0,1	
22		XXI. 97 Вироби мистецтва	0	

Таблиця 2

**Дисперсійний аналіз базисних середньорічних темпів зростання експорту за групами товарів УКТ ЗЕД за 2002 – 2010 рр.**

№ з/с	Діапазон	Групи товарів УКТ ЗЕД [6]	f	$\bar{X}$	$(X - \bar{X})^2 \cdot f$
1	2,56 – 75,51	XXI. 97 Вироби мистецтва (C)	1	0,256	3,9463
2	75,51 – 148,46	99 Різне (C) I. Живі тварини; продукти тваринного походження (B) XI. Текстиль та вироби з текстилю (C) XII. Взуття, головні убори, парасольки (C)	4	1,2839	0,9190
3	148,96 – 221,41	VIII. Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них (C) X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів (B) VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (A) XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла (C) XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку (A) XV. Недорогоцінні метали та вироби з них (A)	6	1,9700	0,0743
4	221,41 – 294,36	VII. Полімерні матеріали, пластмаси та каучук (C) 27 Енергетичні матеріали; нафта та продукти її перегонки V. Мінеральні продукти (A) IX. Деревина і вироби з деревини (B) XX. Різні товари і вироби (C) II. Продукти рослинного походження (A)	6	2,5175	0,0756
5	294,36 – 367,31	98 Товари, придбані в портах (C) XVIII. Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти (C) IV. Готові харчові продукти (B) XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання (A)	4	3,2117	0,9392
6	367,31 – 440,26	III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження (B)	1	4,4026	4,6659

$$s^2 = 0,4827; \delta = 0,6948; \vartheta = 30,98\%$$

показниками також велике. При чому «II. Продукти рослинного походження» продовжили падіння у 2010 році, на відміну від транспортних засобів та інших груп товарів цієї АВС-групи, які відновили зростання. Розглянемо тенденції розвитку експорту товарами групи В, що представлено на *рис. 4*.

Виходячи з *рис. 4*, найшвидше зростав експорт жирів та олій тваринного або рослинного походження, який знизився лише 2008 р. та відновився у 2009. Схожу тенденцію мали й інші групи УКТ ЗЕД даної АВС-групи.

На *рис. 5* зображено показники базисних темпів зростання товарних груп згідно з АВС-аналізом, з якого витікає, що найшвидше зростала питома вага групи В, а зі зроблених розрахунків можна стверджувати, що

драйверами цього зростання були «III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження», «IV. Готові харчові продукти».

Аналогічно було проаналізовано імпорту товарів [8]. Результати його АВС-аналізу [11] у 2010 р. представлено у *табл. 3*, а дисперсійного – у *табл. 4*. З *табл. 3* видно, що на групи товарів УКТ ЗЕД «V. Мінеральні продукти» та «XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку» припадає приблизно 48 % загальної кількості імпорту товарів, що свідчить про його сконцентрованість. З проведеного дисперсійного аналізу (*табл. 4*), витікає, що коефіцієнт варіації складає 23%, і є суттєвим, хоча менший, ніж аналогічний показник по експорту [3, с. 149]. Тобто імпорту товарів зростав нерівномірно.



Рис. 3. Базисні темпи зростання експорту товарів групи товарів УКТ ЗЕД АВС-групи А, у %, 2001р. – базисний

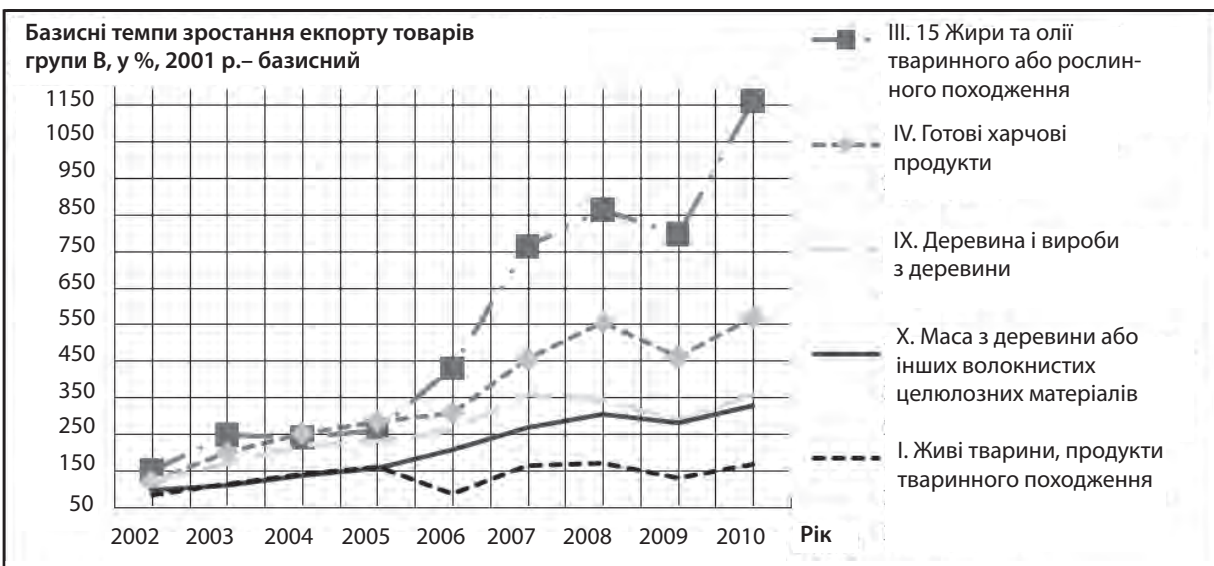


Рис. 4. Базисні темпи зростання експорту товарів групи В, у %, за 2002 – 2010 рр., 2001р.– базисний

Тенденції розвитку імпорту АВС-груп А і В представлені на рис. 6 і рис. 7 відповідно. З рис. 6 видно, що випереджаючими темпами зростала групи продукції «XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання».

Так, коефіцієнт випередження у 2008 р. склав 2,9 раза у порівнянні з базисними темпами зростання імпорту взагалі. Також випереджали зростання загального обсягу імпорту таких груп товарів за УКТ ЗЕД: XV «Не-



Базисні темпи зростання питомої ваги експорту ABC-груп, у од., 2001 р.– базисний

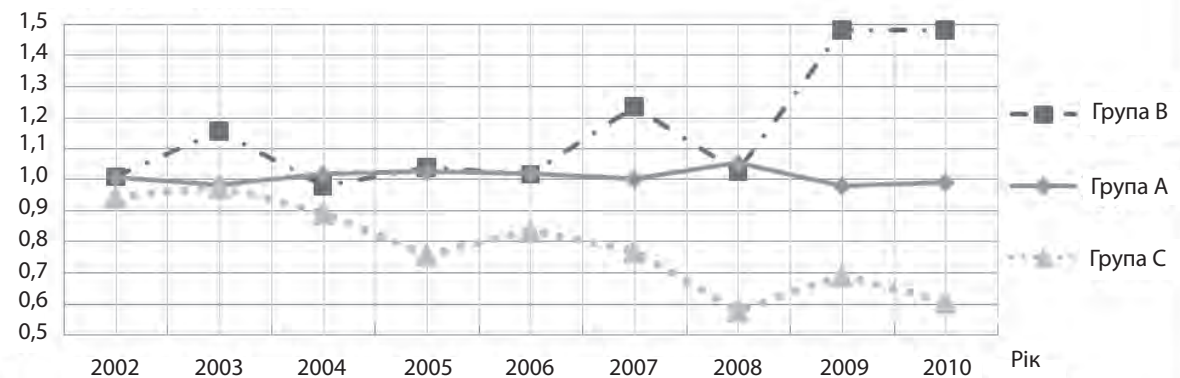


Рис. 5. Базисні темпи зростання питомої ваги експорту ABC-груп, у %, за 2002 – 2010 рр., 2001 р. – базисний

Таблиця 3

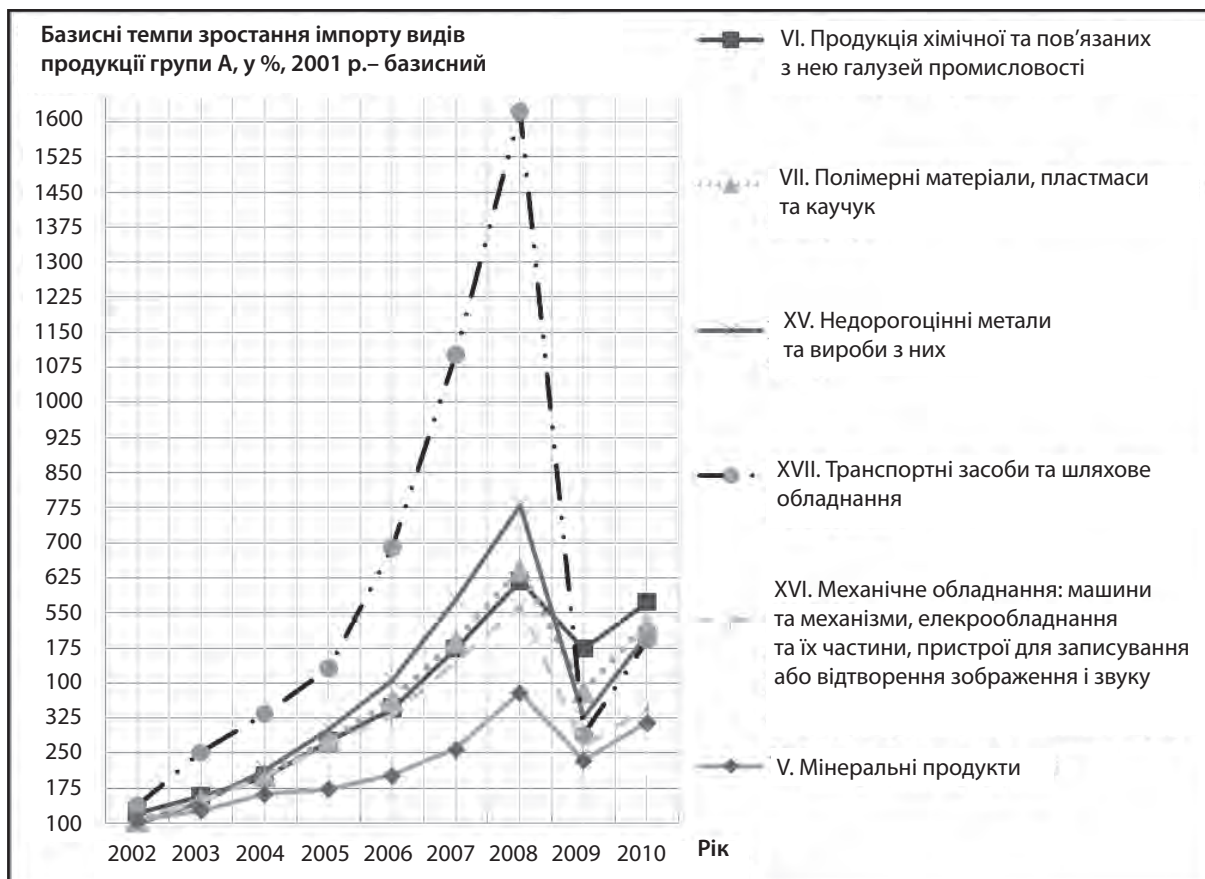
ABC-аналіз структури імпорту товарів за групами УКТ ЗЕД за 2010 р.

№ з/с	ABC-група	Група товарів УКТ ЗЕД [6]	Питома вага групи УКТ ЗЕД	Питома вага ABC-групи
1	А	VII. Полімерні матеріали, пластмаси та каучук	6	77,6
2		XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання	6	
3		XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	6,8	
4		VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	10,6	
5		XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	13,4	
6		V. Мінеральні продукти	34,8	
7	В	I. Живі тварини; продукти тваринного походження	2	14,7
8		II. Продукти рослинного походження	2,6	
9		X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	2,7	
10		XI. Текстиль та вироби з текстилю	3,3	
11		IV. Готові харчові продукти	4,1	
12	С	XXI. 97 Вироби мистецтва	0,1	7,7
13		99 Різне	0,2	
14		VIII. Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них	0,3	
15		98 Товари, придбані в портах	0,4	
16		XIV. 71 Дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	0,5	
17		IX. Деревина і вироби з деревини	0,6	
18		III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження	0,7	
19		XII. Взуття, головні убори, парасольки	0,8	
20		XX. Різні товари і вироби	1,1	
21		XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла	1,5	
22		XVIII. Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	1,5	

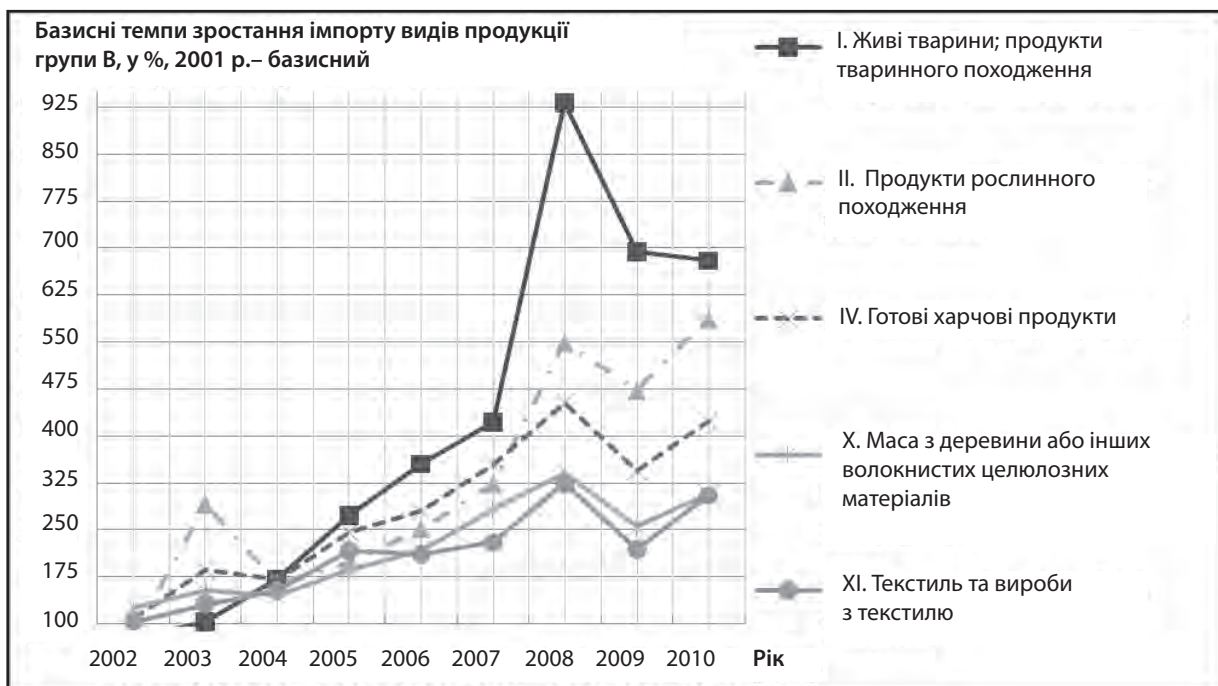
**Дисперсійний аналіз базисних середньорічних темпів зростання імпорту за групами товарів УКТ ЗЕД за 2002 – 2010 рр.**

№ з/с	Діапазон	Група товарів УКТ ЗЕД [б]	f	$\bar{X}$	$(X - \bar{X})^2 \cdot f$
1	0,6197 – 1,4098	99 Різне (С)	1	0,6197	4,3811
2	1,4098 – 2,1999	VIII. Шкіряна і хутряна сировина та вироби з них (С) XI. Текстиль та вироби з текстилю (В) V. Мінеральні продукти (А) X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів (В)	4	1,9628	0,5625
3	2,1999 – 2,9900	98 Товари, придбані в портах (С) XVIII. Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти (С) XXI. 97 Вироби мистецтва (С) IV. Готові харчові продукти (В) XVI. Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку (А) II. Продукти рослинного походження (В) III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження (С)	7	2,5501	0,0265
4	2,9900 – 3,7801	VII. Полімерні матеріали, пластмаси та каучук (А) XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу, кераміки, скла (С) I. Живі тварини; продукти тваринного походження (В) XV. Недорогоцінні метали та вироби з них (А) VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (А) IX. Деревина і вироби з деревини (С) XX. Різні товари і вироби (С)	7	3,1271	0,1716
5	3,7801 – 4,5702	XII. Взуття, головні убори, парасольки (С) XVII. Транспортні засоби та шляхове обладнання (А)	2	4,3786	2,7749

$$\delta^2 = 0,3958; \delta = 0,6291; \vartheta = 23,19\%$$



**Рис. 6. Базисні темпи зростання імпорту видів продукції групи А, у %, за 2002 – 2010 рр., 2001 р.- базисний**



**Рис. 7. Базисні темпи зростання імпорту видів продукції групи В, у %, за 2002 – 2010 рр., 2001р.– базисний**

дорогоцінні матеріали та вироби з них», VII «Полімерні матеріали, пластмаси і каучук». XVI – група товарів «Механічне обладнання, машини та механізми, електрообладнання та їх частини, пристрої для записування або відтворення зображення і звуку» майже повторюють напрямок розвитку загального обсягу імпорту.

З рис. 7 витікає, що лише група товарів «I. Живі тварини; продукти тваринного походження» перевищували темпи зростання відповідного показника загального обсягу імпорту. Всі інші або наближалися до нього, або були нижчими. Але імпорт даної групи починаючи з 2008р. знижується. Базисні темпи зростання імпорту інших груп УКТ ЗЕД даної АВС-групи мають схожу тенденцію зростання до 2008 р., зниження у 2009 р. і відновлення зростання в 2010 р. Але лише показники зростання імпорту групи «II. Продукти рослинного походження» перевищили рівень 2008 р.

Далі було проаналізовано зміну структури імпорту товарів за допомогою базисних темпи зростання питомої ваги АВС-груп, результати чого зображено на рисунку 8 «Базисні темпи зростання питомої ваги імпорту АВС-груп товарів». З якого витікає, що зростання показників питомої ваги груп відбувалося не стабільно, група А відтворює тенденцію розвитку загального обсягу імпорту, тому що вона по суті її формує. Група В показує протилежну тенденцію розвитку у 2009 році до загального обсягу імпорту.

#### ВИСНОВКИ

На сьогодні в результаті світової фінансової кризи обсяги експорту-імпорту товарів знизилися, але чистий експорт збільшився. Більш глибокий аналіз структури та базисних темпів зростання показників зовнішньої торгівлі показав таке:

1. Зростання обсягу експорту за групами товарів УКТ ЗЕД відбувався нерівномірно. Найшвидше зростав обсяг експорту груп товарів серед АВС-груп А та В: «III. Жирів та олій...», «XVII. Транспортні засоби...», «II. Продукти рослинного походження».

2. В експорті вагому питому вагу займають «XV. Недорогоцінні метали та вироби з них», «V. Мінеральні продукти», лише дві групи товарів УКТ ЗЕД з високим рівнем переробки ««XVI. Механічне обладнання...» та «XVII. Транспортні засоби...», що свідчить про високу концентрацію експорту продукції на одних групах товарів, який в основному має сировинний характер, який посилює свій вплив на визначення тренду розвитку шляхом збільшення своєї питомої ваги.

3. Схожа ситуація з імпортом продукції, обсяги якого збільшувалися досить нерівномірно. Третину імпорту складають «V. Мінеральні продукти», тобто енергоносії і взагалі має сировинний характер. У результаті зростання забезпеченості населення до кризи спостерігається зростання імпорту транспортних засобів.

4. Імпорт товарів групи В незважаючи на кризові явища зростав, а базисні темпи зростання питомої ваги показували контр циклічні результати. Ця група представлена споживчими товарами, від яких вітчизняні покупці не відмовились.

Структура експорту-імпорту товарів значно не змінилася і це є однією з нагальних проблем управління у сфері міжнародній торгівлі. Тому слід прийняти заходи у таких напрямках:

1. Підвищення конкурентоспроможності вітчизняної промисловості. Вона може використовувати позитивні зміни валютного курсу на свою користь для проведення політики імпортозаміщення. Також підвищувати технічну оснащеність та технологічний рівень виробництва [12, 14, 15].

2. Зниження енергозалежності. А. Ослунд стверджує, що Україна має потенціал використання енергозберігаючих техніки та технологій до відмовлення імпорту енергоносіїв [9].

3. Підвищення диференціації в першу чергу експорту продукцію за групами товарів, стимулювання розвитку виробництва та експорту наукоємних груп товарів через спрощення ведення бізнесу взагалі, та міжнародної торгівлі зокрема [4].

4. Стимулювання міжнародного обміну новітньою технікою. Українські підприємства експортують продукцію з низької переробкою, та імпортують, тобто обмін високими технологіями на міжнародному ринку майже не відбувається [12, 14].

**Ц**і заходи допоможуть знизити залежність від експорту-імпорту обмеженого кола продуктів, підвищити рівень добробуту суспільства через забезпечення його якісними конкурентоспроможними товарами за рахунок підвищення конкуренції на вітчизняному ринку, та забезпечивши його робочими місцями [15]. Таке державне управління має базуватися на принципах індикативного управління, яке дозволить більш гнучко здійснювати регулювання даного виду діяльності в результаті планування цільових показників цієї діяльності [5]. Цей вид управління особливо актуальний, якщо взяти до уваги теперішні обсяги інформації та складність і багатофакторність міжнародної торгівлі [1]. Визначення основних індикаторів, що свідчатимуть про стан міжнародної торгівлі товарами та на основі яких можливо кількісне визначення цілей державної політики управління таким видом торгівлі є предметом подальшого дослідження автора. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Антоненко Л. А.** От методологии социального прогнозирования профессора А. С. Панарина к индикативному планированию посткризисного развития / Л. А. Антоненко // Социальная экономика.– 2011.– № 1.– С. 54 – 57.
2. **Базилевич, В. Д.** Економічна теорія: Політекономія: навч. посіб. / В. Д. Базилевич.– К.: Знання, 2008.– 719 с.
3. **Башина О. Э.** Общая теория статистики: Статистическая методология в изучении коммерческой деятельности: Учебник / О. Э. Башина, А. А. Спирина.– М.: Финансы и статистика, 2000.– 440 с.
4. **Блинов А.** Лондонские открытия / А. Блинов // Эксперт.– 2011.– № 19.– С. 3.
5. **Дячек В. В.** Актуальність індикативних принципів управління зовнішньоекономічною діяльністю / В. В. Дячек, І. В. Семеняк // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Проблеми соціально-економічного розвитку України: досвід, перспективи, інновації» (м. Харків, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Інститут економіки і міжнародних економічних відносин, Економічний факультет, студентське наукове товариство, 15 – 16 квітня 2011 р.).– Харків: ХНУ, 2011.– С. 132 – 134.
6. Класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності [Електронний ресурс]: Державний класифікатор України від 01 січня 2008 р. // Державний комітет статистики

України, Науково-дослідний інститут статистики Держкомстату України.– Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/)

7. **Липов В. В.** Міжнародна економіка: світова економіка та міжнародні економічні відносини. Модуль II. Міжнародні ринки та форми міжнародної економічної взаємодії. Навчально-практичний посібник / В. В. Липов.– К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008.– 368 с.

8. **Макогон Ю. В.** Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навчальний посібник / Ю. В. Макогон, В. С. Рижиков, С. В. Касьянюк [та ін.].– К.: Центр навчальної літератури, 2006.– 424 с.

9. **Ослунд А.** «Газпром». Слабеющий колос и насущная необходимость реформ / А. Ослунд // Россия после кризиса: сборник статей / авторы-составители С. Гуриев, Э. Качинс, А. Ослунд.– М.: ООО «Юнайтед-Пресс», 2011.– С. 209 – 233.

10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] // [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

11. **Сергеев В. И.** Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / В. И. Сергеев, Л. Б. Белов [и др.]; под ред. В. И. Сергеева.– М.: ИНФРА-М, 2006.– 976 с.

12. **Сыченко Е.** Поднять нельзя оставить / С. Сыченко // Эксперт.– 2011.– № 26.– С. 28 – 29.

13. **Сыченко Е.** Письмо в контейнере / С. Сыченко // Эксперт.– 2011.– № 19.– С. 15 – 20.

14. **Чухлеб Ю.** Наливное яблочко по золотому блюдечку / Ю. Чухлеб // Эксперт.– 2011.– № 22.– С. 13 – 17.

15. **Юрчишин В.** Холодная осень 2011-го / В. Юрчишин // Эксперт.– 2011.– № 33.– С. 34.

## РОЗВИТОК ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ З УРАХУВАННЯМ ПРІОРИТЕТІВ ЗОВНІШНЬОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

НАЗАРОВА Т. Ю.

Харків

На сьогодні загальносвітовою тенденцією є концентрація виробничих, фінансових, інформаційних та управлінських ресурсів у потужні об'єднання, які можуть включати безліч окремих інституціональних одиниць [1]. Залежно від ступеня формалізованості відносин між учасниками подібних об'єднань мова йде про утворення кластерів чи транснаціональних компаній, однак беззаперечним лишається той факт, що конкурентоспроможними на світовому ринку є в основному великі підприємства, які здатні розпоряджатися значними обсягами капіталу та мати розгалужену мережу доступу до ресурсів, зосереджених на локальних територіях. Такі тенденції неминуче призведуть до монополізації національної економіки, особливо у пріоритетних галузях, і, відповідно, таких високих бар'єрів доступу як до сировини, так і до споживчого ринку, які не зможуть подолати середні та малі підприємства.

Проте, саме їх наявність вважається ознакою стійкого ділового середовища, а одним із завдань державного регулювання – забезпечення належних умов їх функціонування. Таким чином, з'являються дві, на перший погляд, протилежні стратегії: по-перше, гідне представлення вітчизняної продукції не лише на зовнішньому, а й на внутрішньому ринках (тобто додається ще проблема усунення загроз від імпорту); по-друге – гарантування рівних можливостей для роботи усіх підприємств галузі та недопущення недобровільної конкуренції, у тому числі прийняття суворого антимонопольного законодавства.

Традиційні підходи до управління на макрорівні передбачали використання лише одного варіанта із двох можливих; як правило, за успішної реалізації першої стратегії країна ставала лідером на регіональному, інколи – світовому – ринку, отримувала стабільні надходження до державного бюджету, частину яких вже можна було використовувати на інновації та наукові дослідження, що удосконалювали технології виробництва експортоорієнтованих галузей, і продовжувала надавати пільги провідним підприємствам, адже їх функціонування було запорукою розвитку багатьох інших секторів. Як позитивні приклади реалізації другої стратегії звичайно наводять країни, які тепер володіють унікальними технологіями, отриманими в результаті досліджень, що здійснювалися численними комерційними та некомерційними установами, яким була надана свобода дій і сприятливе середовище для існування. Серед сотень невеликих підприємств, які створювалися і зникли за досить короткий проміжок часу, декільком вдалося здійснити прорив у тій чи іншій сфері і отримати

подальшу підтримку з боку державних або недержавних організацій.

Одним із найбільш раціональних на сьогодні шляхів вирішення означеної проблеми є створення виробничих кластерів, що доводилося багатьма вітчизняними вченими. Взагалі, такий принцип об'єднання зусиль підприємств, за якого менші і слабкіші з них концентруються навколо одного або декількох найпотужніших, утворюючи базову структуру розгалуженої системи інформаційних і ресурсних потоків, виступаючи водночас простим способом встановлення міжгалузевого співробітництва, може бути використаний у будь-якій галузі, у тому числі і машинобудівній, і, звичайно, не є новим і для національної економіки.

Є цілком очевидним, що неприпустимо говорити про розвиток виробничих галузей без урахування впливу наукового сектора, стану досліджень та розробок. Якщо у короткостроковому періоді прибуток забезпечують практичні дослідження, що здійснюються безпосередньо підприємствами і є спрямованими на вирішення поточних завдань і задоволення існуючого споживчого попиту; фундаментальні наукові дослідження починають приносити реальні результати часто через декілька десятків років, однак вони обов'язково мають бути закладені у довгостроковий план. А такі плани неприпустимо будувати без уявлення того, яке місце має посісти та чи інша галузь у структурі національної економіки.

Для розуміння важливості підтримки науково-технічної сфери наведемо такі приклади. У світі частка експорту високотехнологічної продукції (за методологією Світового банку до неї включаються такі галузі, як аерокосмічна, комп'ютерні технології, фармацевтична, виробництво наукових приладів та електротехнічне машинобудування) складає приблизно 20% від загального обсягу експорту. Провідними країнами у цій сфері є такі (табл. 1) [2].

Інший показник, який характеризує ступінь підтримки високотехнологічного сектора в країні, вимірюється як відсоток витрат (державних і приватних) на наукові дослідження та розробки від ВВП. Середньосвітовий показник становить 2,1%. Країни з найбільшим обсягом витрат на НДДКР наведені у табл. 2 [2]. Слід відзначити, що не всі країни, які витрачають значні кошти на наукові дослідження, є водночас і лідерами за обсягами високотехнологічного експорту (якщо порівнювати дані табл. 1 і табл. 2).

Україна у 2008 р. посідала 90-те місце з більш ніж 200 досліджуваних країн: частка експорту високотехнологічної продукції від загального обсягу національного експорту становила лише 3,2%, починаючи з 2004 р., спостерігається тенденція до зменшення названого показника (рис. 1). Витрати на наукові дослідження і роз-

Таблиця 1

## Частка високотехнологічної продукції у національному експорті (%), провідні країни

Ранг	Країна	2009 р.	Країна	2008 р.	Країна	2007 р.	Країна	2006 р.
1	Філіппіни	65,5	Філіппіни	66,3	Філіппіни	68,9	Філіппіни	67,6
2	Сінгапур	49,1	Сінгапур	50,8	Ісландія	57,1	Мальта	58,1
3	Мальта	47,3	Мальта	50,2	Мальта	52,5	Сінгапур	57,8
4	Малайзія	47,1	Малайзія	39,6	Малайзія	52,2	Малайзія	53,8
5	Коста-Ріка	41,5	Коста-Ріка	38,6	Сінгапур	46,4	Коста-Ріка	44,7
6	Судан	33,8	Ісландія	36,1	Коста-Ріка	45,4	Кот-д'Івуар	42,2
7	Кіпр	32,5	Кіпр	31,8	С.-Кіттс і Невіс	41,5	Ісландія	37,6
8	Півд. Корея	32,0	Півд. Корея	30,8	Кот-д'Івуар	40,3	Куба	35,3
9	Гонконг	31,3	Китай	28,7	Гренада	39,6	Ірландія	34,3
10	Китай	31,0	США	27,1	Півд. Корея	33,4	Уганда	33,7
11	Руанда	30,7	Ірландія	26,5	Кіпр	30,7	СК*	33,6
12	Казахстан	30,0	Таїланд	25,4	Китай	29,7	Габон	32,2
13	Ісландія	28,8	Угорщина	24,2	США	28,5	Півд. Корея	32,0
14	Таїланд	26,2	Швейцарія	23,0	Ірландія	27,9	С.-К. і Невіс	31,1
15	Угорщина	25,7	Гонконг	22,4	Таїланд	26,5	Китай	30,3
16	Швейцарія	25,0	Нідерланди	22,2	Нідерланди	25,7	США	30,1
17	Ірландія	24,7	Казахстан	21,9	Угорщина	25,2	Нідерланди	28,6
18	Нідерланди	24,1	Фінляндія	21,2	Швейцарія	21,7	Таїланд	27,3
19	Франція	23,0	Франція	20,2	Фінляндія	21,5	Маврикій	24,1
20	США	23,0	Норвегія	19,9	Казахстан	21,4	Угорщина	24,0

\* Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії.

Таблиця 2

## Частка витрат на НДДКР (у % від ВВП), провідні країни

Ранг	Країна	2008 р.	Країна	2007 р.	Країна	2006 р.	Країна	2005 р.
1	Ізраїль	4,9	Ізраїль	4,8	Ізраїль	4,4	Ізраїль	4,4
2	Швеція	3,8	Швеція	3,6	Швеція	3,7	Швеція	3,6
3	Фінляндія	3,5	Фінляндія	3,5	Фінляндія	3,4	Фінляндія	3,5
4	США	2,8	Японія	3,4	Японія	3,4	Японія	3,3
5	Данія	2,7	Півд. Корея	3,2	Півд. Корея	3,0	Півд. Корея	2,8
6	Ісландія	2,7	США	2,7	Ісландія	3,0	Ісландія	2,8
7	Австрія	2,7	Ісландія	2,7	США	2,7	США	2,6
8	Франція	2,0	Данія	2,6	Німеччина	2,5	Німеччина	2,5
9	Бельгія	1,9	Німеччина	2,5	Данія	2,5	Данія	2,5
10	СК	1,9	Австрія	2,5	Австрія	2,5	Австрія	2,4
11	Канада	1,8	Сінгапур	2,5	Сінгапур	2,3	Сінгапур	2,3
12	Люксембург	1,7	Франція	2,0	Франція	2,1	Франція	2,1
13	Словенія	1,7	Канада	1,9	Австралія	2,1	Канада	2,0
14	Нідерланди	1,6	Бельгія	1,9	Канада	2,0	Бельгія	1,8
15	Норвегія	1,6	СК	1,8	Бельгія	1,9	Нідерланди	1,8
16	Португалія	1,5	Нідерланди	1,7	Нідерланди	1,8	СК	1,7
17	Чехія	1,5	Норвегія	1,6	СК	1,8	Люксембург	1,6
18	Ірландія	1,4	Люксембург	1,6	Люксембург	1,7	Норвегія	1,5
19	Іспанія	1,3	Чехія	1,5	Словенія	1,6	Словенія	1,4
20	Естонія	1,3	Словенія	1,5	Чехія	1,5	Чехія	1,4

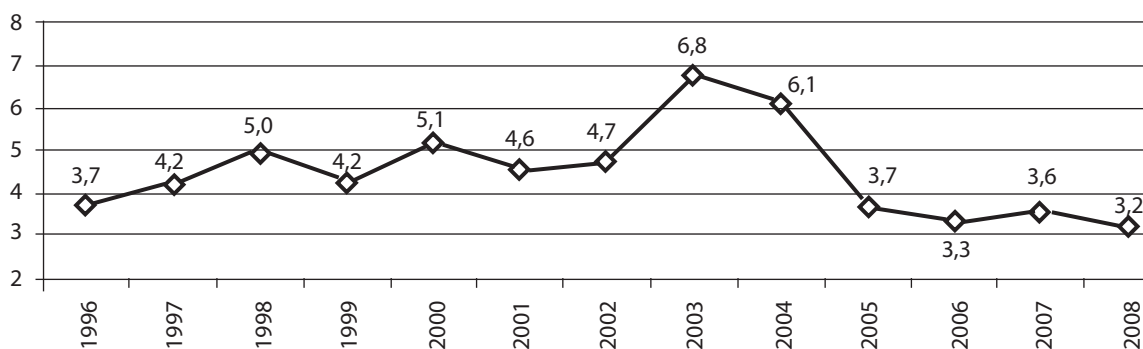


Рис. 1. Частка високотехнологічної продукції у національному експорті, %

робки знаходяться на рівні 1% від ВВП і також мають тенденцію до зменшення [2].

Багатьма дослідниками встановлено, що машинобудівна галузь є водночас і проблемною, нерентабельною, і однією з найбільш перспективних – за умови впровадження новітніх технологій та залучення інвестицій – галузей економіки України. Сюди слід додати вкрай непропорційне розміщення виробництва за регіонами країни, що ускладнює розробку і впровадження єдиної державної політики та розподіл коштів з державного та місцевих бюджетів, і відсутність різних принципів регулювання, вироблених на основі особливостей функціонування означеної сфери та її потреб і, що не менш важливо, розуміння, які заходи можуть вживатися стосовно великих компаній, а які – середніх і малих підприємств.

Частка малих підприємств в Україні перевищує 90% від загальної кількості (табл. 3) [3], тому на особливу увагу заслуговують методи управління та організації їх діяльності на макрорівні. На жаль, цей аспект державної політики містить на теперішній час забагато протиріч.

Спостерігається поступове збільшення впливу великих і середніх підприємств; зрозуміло, ми не можемо говорити про стійку динаміку, звертаючись до показників двох років, однак помітним є набагато вищий рівень продуктивності праці на великих та середніх підприємствах у порівнянні із малими (майже в 2 рази), хоча за кількістю зайнятих працівників групи сильно не відрізняються. Проте, великі підприємства виробляють до 50% усієї продукції, середні – 37%, і лише 13 – 15% загального обсягу реалізації забезпечують малі.

Таблиця 3

Основні показники діяльності підприємств – суб'єктів господарювання

Показники діяльності	2009 р.			2010 р.		
	Великі підприємства	Середні підприємства	Малі підприємства	Великі підприємства	Середні підприємства	Малі підприємства
Кількість підприємств на 10 тис. осіб наявного населення, одиниць	0*	5	75	1	4	63
Частка кількості підприємств відповідного розміру в загальній кількості, %	0,5	5,8	93,7	0,6	6,5	92,9
Кількість зайнятих працівників (штатні, позаштатні та неоплачувані працівники), тис. осіб	3278,7	2844,1	2152	3305,3	2507,3	2073,6
% до загальної кількості зайнятих працівників	39,6	34,4	26	41,9	31,8	26,3
Кількість найманих працівників (штатні та позаштатні працівники), тис. осіб	3278,6	2843,1	2067,8	3305,2	2506,3	1992,5
у % до загальної кількості найманих працівників	40	34,7	25,3	42,4	32,1	25,5
Середньомісячна заробітна плата найманих працівників, грн.	2476,95	1484,83	1117,35	2909,35	1866,25	1249,88
Фонд оплати праці, млн грн	97451,9	50658,2	27725,4	115392,6	56128,2	29885,1
Обсяг реалізованої продукції, (робіт, послуг), млн грн	1249361	1034749	456668	1640280	1241555	478257
у % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг)	45,6	37,7	16,7	48,8	37	14,2

\* Не означає відсутність підприємств; показує, що їх середня кількість менша, ніж 10 на 1 тис. наявного населення.

Отримані результати не означають, що необхідно скорочувати кількість малих і середніх підприємств на користь великих; навпаки, без дрібносерійного виробництва не зможуть бути завершеними деякі надскладні технологічні процеси – мова має йти про удосконалення механізмів їх співробітництва за підтримки держави, особливо у сфері промисловості.

Продукція машинобудування займає в середньому 12% у загальному обсязі промислової продукції, що в умовах диверсифікованості національної економіки дозволяє визначати галузь як одну із пріоритетних. Проте, як негативну можна відзначити тенденцію до зменшення частки галузі у промисловому виробництві, що спостерігається останніми роками, незважаючи на зростання обсягів реалізації (виключенням з позитивної динаміки є лише 2009 р.), адже за 10 років цей показник збільшився у 6 разів (рис. 2) [3].

ми займали в середньому 10% імпорту та 6% експорту, електротехнічне обладнання – 5,5% імпорту та 4% експорту (розглянемо основну продукцію відповідно груп 84 «Реактори ядерні, котли, машини, апарати і механічні пристрої; їх частини» та 85 «Електричні машини і устаткування та їх частини; апаратура для записування або відтворення звуку; апаратура для записування або відтворення зображення і звуку по телебаченню та частини і приладдя до них» згідно з УКТЗЕД, клас XVI) (рис. 3 – рис. 4, дані за 2011 р. охоплюють січень – вересень) [3].

З рис. 3 видно, що існує загальна негативна тенденція до збільшення обсягів імпорту продукції машинобудування, на фоні якої незначне зростання експорту у окремі роки майже не відчувається. Досліджувані роки можна розділити на два умовні періоди – з 2004 по 2008 та з 2009 по 2011 рр. Особливістю першого було постійне зростання зовнішньоторгівельного обороту, в

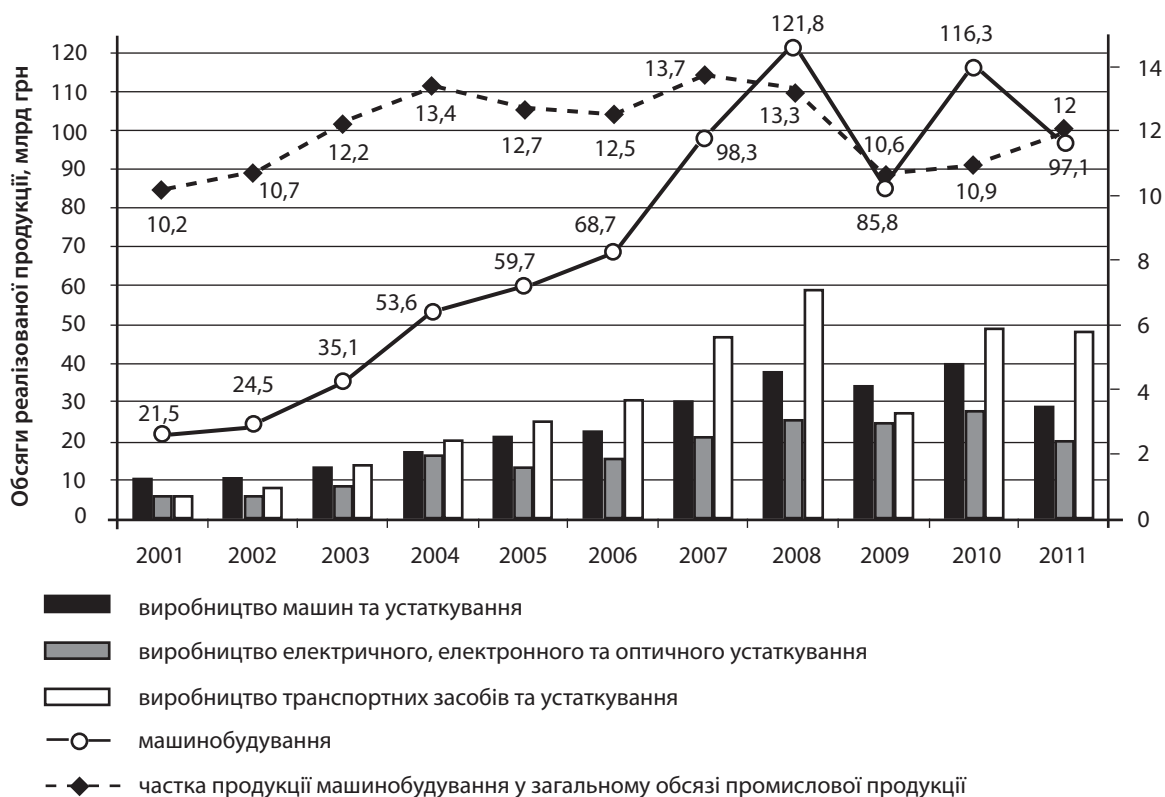


Рис. 2. Обсяги реалізованої продукції машинобудування, 2001 – 2010 рр.

У структурі продукції машинобудування виділяється виробництво транспортних засобів та устаткування, частка якого на сьогодні складає майже 40%, друге місце посідає виробництво машин та устаткування (35%, хоча у деякі роки воно перевищувало виробництво транспортних засобів), і виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування займає 25% від загального випуску. За січень – вересень 2011 р. обсяги реалізованої продукції машинобудування склали 97,1 млрд грн (12% від загального випуску промисловості).

Показники зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування є не дуже позитивними, оскільки за період з 2004 по 2011 рр. сальдо було від'ємним, хоча у структурі товарної торгівлі машини, обладнання та механіз-

ми основному за рахунок імпорту, і в 2008 р. від'ємне сальдо склало 7 млрд дол. США. Світова криза не дозволила підприємствам накопичити достатньо коштів для купівлі продукції за кордоном, тому у 2009 р. негативне сальдо склало лише 1,2 млрд за рахунок скорочення експорту майже у 2 рази, однак у наступні роки воно знову почало збільшуватися. Слід відзначити, що коливання на світовому ринку практично не позначилися на змінах динаміки експорту, обсяги якого поступово збільшуються, хоча і досить повільно. Не зовсім позитивною тенденцією є також зростання частки продукції машинобудування у загальному обсязі імпортованих товарів та відповідне зниження внеску галузі у експорт.



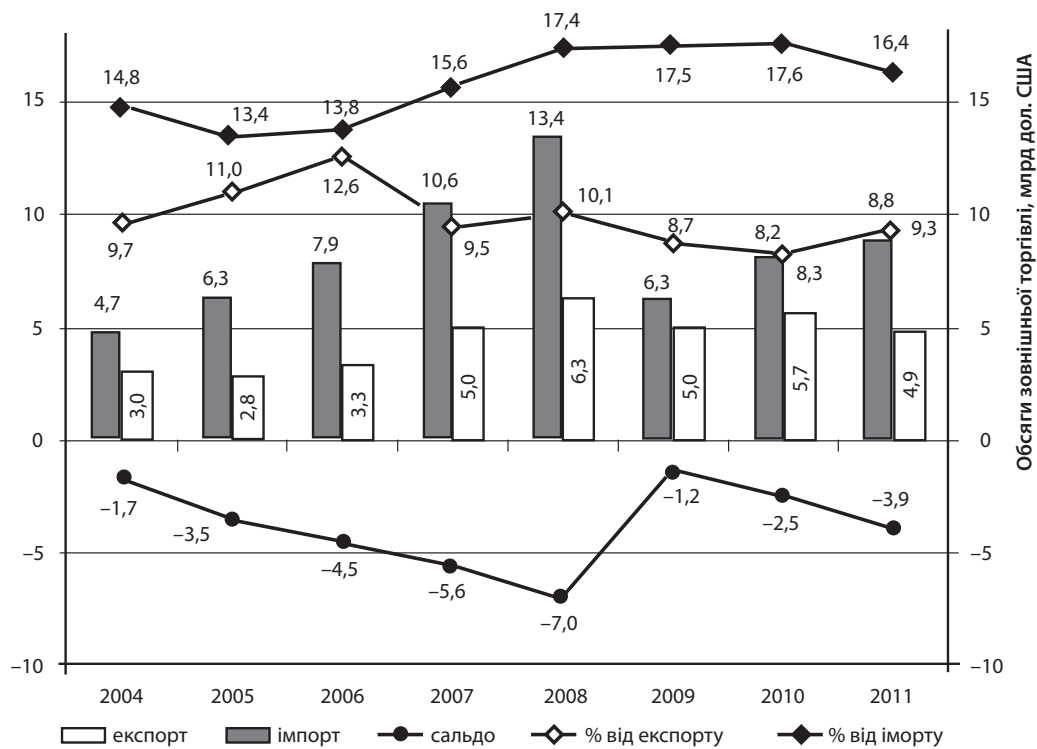


Рис. 3. Зовнішня торгівля продукцією машинобудування, 2004 – 2011 рр.

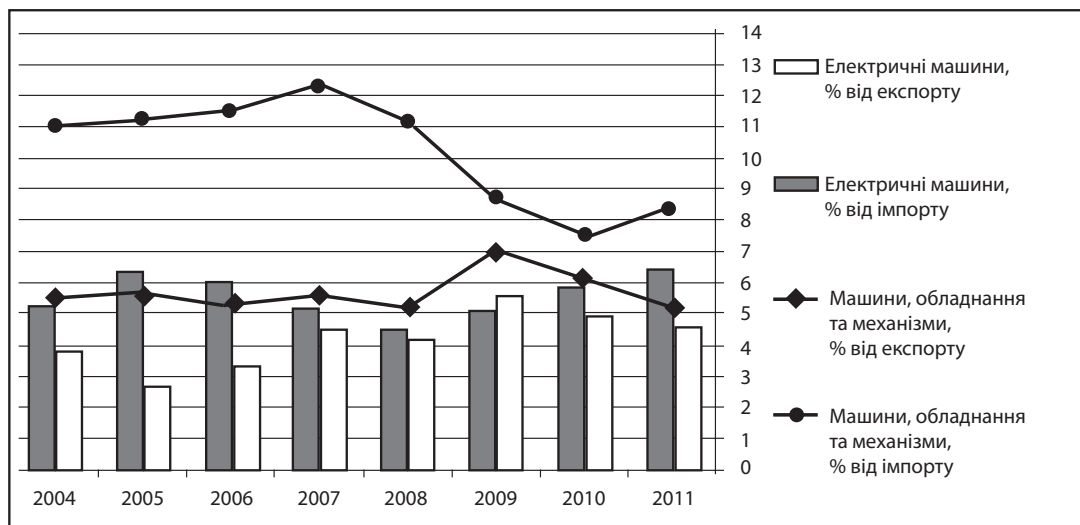


Рис. 4. Частка окремої продукції машинобудування у зовнішній торгівлі

Якщо розглядати динаміку зовнішньої торгівлі продукцією машинобудування у розрізі основних груп (рис. 4) [3], можна відмітити загальну позитивну тенденцію до зменшення частки імпорту машин, обладнання та механізмів (хоча відносні показники експорту майже не змінилися) та збільшення частки експорту електричних машин. Втім, за останньою групою тенденція є нестійкою і нівелюється зростанням показників імпорту. Отже, варто рекомендувати подальше сприяння зовнішній торгівлі продукцією саме 84 групи.

Отже, Україна має достатній потенціал для виробництва та експорту продукції галузі машинобудування, проте процеси її організації на різних рівнях потребують державної підтримки. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Кизим Н. А. Концентрация экономики и конкурентоспособность стран мира: [монография] / Н. А. Кизим, В. М. Горбатов; Институт проблем развития общества.– Х. : ИНЖЭК, 2005.– 214 с.
2. Офіційний статистичний портал Світового банку // [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://data.worldbank.org>
3. Офіційний сайт Держкомстату України // [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>

# СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ВЕДУЩИХ КОМПАНИЙ МИРА НА ОСНОВЕ ИХ ГЛОБАЛЬНЫХ РЕЙТИНГОВ

МОСКОВКИН В. М.

доктор географических наук

ШИГОРИНА Н. А.

ДЖЕЙСОН ФРЕЙЗЕР

Белгород (Россия)

Аннотация. Данное исследование проделано на стыке экономики и географии транснациональных компаний (ТНК), причем исключительно на основе сравнительного анализа их позиционирования в различных глобальных рейтингах. Анализ деятельности ТНК широко освещается в ежегодных докладах UNCTAD по мировым инвестициям (World Investment Report), около двадцати лет издается международный журнал «Transnational Corporation», в ведущих классических университетах стран СНГ читаются курсы по географии ТНК для эконом-географов и близкие курсы для экономистов и т. д. Несмотря на это, отсутствуют работы по сравнительному анализу деятельности ТНК

на основе различных глобальных рейтингов. В этом можно убедиться с помощью тестирования различных научных терминов, связанных с поставленной задачей, в поисковой системе Google Scholar (расширенный поиск с точной фразой): «geography of TNC», «geography of company», «company ranking», «comparative analysis of company activity» и т. д. В связи с вышеизложенным мы рассмотрели все основные рейтинги ведущих компаний мира, за исключением рейтинга газеты Financial Times: Forbes, Business Week, Industry Week и Fortune, информация о которых доступна в Интернете.

На основе TOP-100 рейтинга Forbes 2010 нами получены распределения количества компаний и их финансовых показателей по странам (табл. 1).

Из табл. 1 можно вычислить, что на первые три страны (США, Франция, Великобритания) приходится 45% компаний, 52,4% общих продаж (США, Франция, Великобритания), 52,1% общей прибыли (США, Великобритания, Китай), 51,6% общих активов (США, Франция, Великобритания) и 55,7% общей рыночной капитализации (США, Германия, Китай) всех ста компаний. Эти расчетные данные показаны в табл. 2.

Таблица 1

Распределение количества компаний и их финансовых показателей в млрд долл. США по странам (TOP-100 рейтинга Forbes 2010)

Страна	Кол-во компаний	Общие продажи	Общие продажи в расчете на 1 компанию	Общая прибыль	Общая прибыль в расчете на 1 компанию	Общие активы	Общие активы в расчете на 1 компанию	Общая рыночная капитализация	Общая рыночная капитализация в расчете на 1 компанию	$\bar{I}_1$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
США	27	2894,45	107,20	248,97	9,22	10187,54	377,32	3679,01	136,26	1,15
Франция	8	817,29	102,16	51,11	6,39	7214,92	901,87	634,96	79,37	1,17
Великобритания	9	751,45	83,49	69,47	7,72	7303,25	811,47	820,57	91,17	1,15
Германия	7	621,16	88,74	39,17	5,60	3819,79	545,68	370,99	53,00	0,86
Китай	7	591,97	84,57	67,77	9,68	4382,54	626,08	1213,54	173,36	1,32
Италия	5	478,90	95,78	24,99	5,00	3308,72	661,74	256,95	51,39	0,92
Бразилия	5	314,19	62,84	35,18	7,04	1329,56	265,91	461,50	92,30	0,79
Швейцария	5	309,23	61,85	35,31	7,06	1621,26	324,25	534,72	106,94	0,85
Нидерланды	1	278,19	278,19	12,52	12,52	287,64	287,64	168,63	168,63	1,80
Испания	4	273,10	68,28	33,15	8,29	2479,26	619,82	305,67	76,42	0,99
Япония	3	272,92	90,97	10,74	3,58	408,46	136,15	174,54	58,18	0,60
Россия	4	259,56	64,89	43,18	10,80	609,44	152,36	318,65	79,66	0,83
Австралия	4	122,44	30,61	11,74	2,94	2014,16	503,54	248,61	62,15	0,60
Южная Корея	1	97,28	97,28	4,43	4,43	83,30	83,30	94,48	94,48	0,71

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

ЕКОНОМІКА

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Канада	3	82,28	27,43	9,77	3,26	1586,26	528,75	180,86	60,29	0,61
Норвегія	1	79,76	79,76	3,16	3,16	97,09	97,09	72,26	72,26	0,57
Гонг Конг / Китай	1	66,22	66,22	16,87	16,87	104,46	104,46	199,73	199,73	1,30
Нідерланды / Великобритания	1	57,05	57,05	4,83	4,83	52,05	52,05	91,33	91,33	0,58
Австралия / Великобритания	1	50,21	50,21	5,88	5,88	74,86	74,86	192,45	192,45	0,85
Бельгія	1	36,76	36,76	4,61	4,61	111,58	111,58	81,48	81,48	0,52
Великобритания / Австралия		41,83	41,83	4,87	4,87	95,01	95,01	118,34	118,34	0,63
Швеція	1	22,81	22,81	3,41	3,41	729,06	729,06	39,42	39,42	0,66
ВСЕГО	100	8519,05	85,19	741,13	7,41	47900,21	479,00	10258,69	102,59	–

Таблица 2

Доля ведущих трех стран в общих объемах финансовых показателей компаний и их количестве относительно общего числа стран (TOP-100 рейтинга Forbes 2010), %

Страна	Общие продажи	Общая прибыль	Общие активы	Общая рыночная капитализация	Кол-во компаний
США					
Франция					
Великобритания	52,4	–	51,6	–	45,0
США					
Великобритания					
Китай	–	52,1	–	55,7	44,0

Во всех распределениях абсолютных показателей США идет с большим отрывом. Дополнительно в табл. 1 нами рассчитаны значения удельных финансовых показателей. Среди стран, имеющих более пяти компаний, лучшие значения удельных показателей (в расчете на 1 компанию) по общим продажам имели США и Франция, по общей прибыли – Китай и США, по общим активам – Франция и Великобритания, по общей рыночной капитализации – США и Китай.

На основе частных удельных финансовых показателей построим страновой интегральный финансовый показатель по формуле:

$$\bar{I}_1 = \left( \frac{I_1}{I_{1cp}} + \frac{I_2}{I_{2cp}} + \frac{I_3}{I_{3cp}} + \frac{I_4}{I_{4cp}} \right) \times \frac{1}{4}, \quad (1)$$

где  $I_1$  – общие продажи в расчете на 1 компанию,  $I_2$  – общая прибыль в расчете на 1 компанию,  $I_3$  – общие активы в расчете на 1 компанию,  $I_4$  – общая рыночная капитализация в расчете на 1 компанию.  $I_{1cp} = 85,19$ ,  $I_{2cp} = 7,41$ ,  $I_{3cp} = 479,00$ ,  $I_{4cp} = 102,59$  – осредненные по всем компаниям значения удельных финансовых показателей в млрд долл. США.

Значения этого интегрального показателя по всем странам приведены в табл. 1. Максимальное его значение имеют Нидерланды (1,80), минимальное – Бельгия

(0,52). Этот диапазон изменения интегрального финансового показателя не является характерным, так как представленные в нем страны имеют по одной компании. Если, как и ранее, рассматривать страны, имеющие более пяти компаний, то здесь лидерство будет за Китаем (1,32). За ним идет группа из трех стран – Франция, США, Великобритания (1,15 – 1,17) и Германия (0,86).

Теперь на основе этой же статистической выборки компаний рассмотрим распределения количества компаний и их финансовых показателей по секторам экономики (табл. 3).

Из табл. 3 можно вычислить, что на три сектора экономики (Oil & Gas Operations, Banking, Drugs & Biotechnology) приходится 51% компаний, 53,4% общих продаж (Oil & Gas Operations, Banking, Telecommunications Services), 57,0% общей прибыли (Oil & Gas Operations, Banking, Drugs & Biotechnology), 81,1% общих активов (Oil & Gas Operations, Banking, Insurance), 53,6% общей рыночной капитализации (Oil & Gas Operations, Banking, Drugs & Biotechnology) всех ста компаний. Как видим, во все ведущие тройки секторов входят нефтегазовый и банковский сектора. Эти расчетные данные компактно представлены в табл. 4.

Таблица 3

Распределение количества компаний и их финансовых показателей в млрд долл. США по секторам экономики (TOP-100 рейтинга Forbes 2010)

Сектор экономики	Кол-во компаний	Общие продажи	Общие продажи в расчете на 1 компанию	Общая прибыль	Общая прибыль в расчете на 1 компанию	Общие активы	Общие активы в расчете на 1 компанию	Общая рыночная капитализация	Общая рыночная капитализация в расчете на 1 компанию	$i_2$
Oil & Gas Operations	14	2156,57	154,04	163,03	11,65	2390,21	170,73	2064,95	147,50	1,29
Banking	29	1787,97	61,65	185,61	6,40	33191,59	1144,54	2465,88	85,03	1,20
Telecommunications Services	7	607,41	86,77	58,11	8,30	1286,95	183,85	781,01	111,57	0,90
Insurance	6	552,65	92,11	23,17	3,86	3262,11	543,69	317,53	52,92	0,81
Utilities	6	520,79	86,80	40,73	6,79	1279,99	213,33	384,86	64,14	0,75
Retailing	2	506,94	253,47	18,04	9,02	232,35	116,18	253,22	126,61	1,42
Conglomerates	4	388,29	97,07	20,47	5,12	1314,15	328,54	343,74	85,94	0,84
Drugs & Biotechnology	8	351,58	43,95	73,72	9,22	814,11	101,76	963,64	120,46	0,79
Consumer Durables	2	221,13	110,57	4,13	2,07	312,09	156,05	105,02	52,51	0,60
Diversified Financials	3	214,42	71,47	27,56	9,19	2135,03	711,68	329,74	109,91	1,16
Technology Hardware & Equip	3	199,16	66,39	23,56	7,85	243,95	81,32	451,69	150,56	0,87
Food, Drink & Tobacco	3	190,89	63,63	19,51	6,50	268,79	89,60	346,48	115,50	0,73
Software & Services	2	154,45	77,23	29,69	14,85	191,12	95,56	421,53	210,77	1,30
Materials	3	119,86	39,95	16,63	5,54	270,68	90,23	455,93	151,98	0,72
Semiconductors	1	97,28	97,28	4,43	4,43	83,30	83,30	94,48	94,48	0,71
Health Care Equipment & Svcs	1	87,14	87,14	3,82	3,82	59,05	59,05	39,40	39,40	0,51
Food Markets	1	77,94	77,94	3,10	3,10	65,61	65,61	51,43	51,43	0,50
Household & Personal Products	1	76,78	76,78	13,05	13,05	135,29	135,29	184,47	184,47	1,19
Chemicals	1	72,63	72,63	2,02	2,02	72,06	72,06	52,12	52,12	0,45
Media	2	72,05	36,03	6,95	3,48	182,04	91,02	108,93	54,47	0,40
Trading Companies	1	63,12	63,12	3,80	3,80	109,74	109,74	42,64	42,64	0,47
ВСЕГО	100	8519,05	85,19	741,13	7,41	47900,21	479,00	10258,69	102,59	-

Таблица 4

Доля ведущих трех секторов экономики стран в общих объемах финансовых показателей компаний и их количестве относительно общего числа секторов (TOP-100 рейтинга Forbes 2010), %

Сектор экономики	Общие продажи	Общая прибыль	Общие активы	Общая рыночная капитализация	Кол-во компаний
Oil & Gas Operations Banking Telecommunications Services	53,4	-	-	-	50,0
Oil & Gas Operations Banking Drugs & Biotechnology	-	57,0	-	53,6	51,0
Oil & Gas Operations Banking Insurance	-	81,1	-	49,0	-

Важно отметить, что на 29% компаний банковского сектора приходится 69,3% общих активов. Этот сектор также лидировал по общей прибыли – 25,0% и общей рыночной капитализации – 24,0%. Если рассматривать удельные финансовые показатели для секторов экономики с более чем пятью компаниями, то из табл. 3 видим, что лучшие значения удельных показателей (в расчете на 1 компанию) по общим продажам имели нефтегазовый и банковский секторы, по общей прибыли – нефтегазовый и фармо-биотехнологический секторы, по общим активам – банковский и страховой секторы, по общей рыночной капитализации – нефтегазовый и фармо-биотехнологический секторы.

На основе частных удельных финансовых показателей построим секторальный (отраслевой) интегральный финансовый показатель по той же формуле (1). Значения этого интегрального показателя по всем секторам экономики приведены в табл. 3. Максимальное значение этого показателя имеет сектор розничной торговли (1,42), минимальное – сектор средств массовой информации (0,40). Оба сектора состояли из двух компаний. Если, как и ранее, рассматривать секторы, имеющие более пяти компаний, то здесь лидерство будет за нефтегазовым (1,29) и банковским (1,20) секторами.

Из табл. 1 выделим страны, у которых значения удельных финансовых показателей являются выше среднего среди 100 компаний (табл. 5).

Лучшие позиции здесь занимают США и Китай, которые фигурируют в трех списках стран из четырех. То же самое для секторов экономики представлено в табл. 6.

Лучшие позиции здесь занимают нефтегазовый и телекоммуникационный секторы, а также сектор диверсифицированных финансов, которые фигурируют в трех списках стран из четырех.

Теперь перейдем к рассмотрению TOP-50 рейтинга Business Week 2010, представляющего самые инновационные компании мира. Имеющиеся сейчас в Интернете последние данные по этому рейтингу представлены в табл. 7.

На основе этой таблицы нами проделано распределение компаний по странам и рассчитаны осредненные среднегодовые значения доходности акций и роста доходов за период с 2006 по 2009 гг. в расчете на 1 компанию (табл. 8).

Из табл. 8 можно вычислить, что на первые три страны приходится 62% инновационных компаний. Для стран, имеющих более трех компаний, самую лучшую позицию по двум приростным финансовым показателям занимает Китай. Близкие значения этих показателей имеют Южная Корея и Индия при несколько меньшем количестве компаний. Учитывая очень большое количество инновационных компаний у США (22 компании), следует считать значения ее приростных финансовых показателей достаточно высокими.

Таблица 5

Страны, у которых значения финансовых показателей в расчете на 1 компанию выше среднего среди 100 компаний (TOP-100 рейтинга Forbes 2010)

Общие продажи в расчете на 1 компанию	Общая прибыль в расчете на 1 компанию	Общие активы в расчете на 1 компанию	Общая рыночная капитализация в расчете на 1 компанию
США Франция Германия Италия Нидерланды Япония Южная Корея	США Великобритания Китай Нидерланды Испания Россия Гонг Конг/Китай	Франция Великобритания Германия Китай Испания Италия Австралия Швеция	США Китай Швейцария Нидерланды Гонг Конг / Китай Великобритания / Австралия

Таблица 6

Секторы экономики, у которых значения финансовых показателей в расчете на 1 компанию выше среднего среди 100 компаний (TOP-100 рейтинга Forbes 2010)

Общие продажи в расчете на 1 компанию	Общая прибыль в расчете на 1 компанию	Общие активы в расчете на 1 компанию	Общая рыночная капитализация в расчете на 1 компанию
Oil & Gas Operations Telecommunications Services Insurance Utilities Retailing Conglomerates Consumer Durables Semiconductors Health Care Equipment & Services	Oil & Gas Operations Telecommunications Services Retailing Drugs & Biotechnology Diversified Financials Technology Hardware & Equip Software & Services Household & Personal Products	Banking Insurance Diversified Financials	Oil & Gas Operations Telecommunications Services Software & Services Diversified Financials Technology Hardware & Equipment Retailing Drugs & Biotechnology Food, Drink & Tobacco Materials Household & Personal Products

Самые инновационные компании мира (TOP-50 рейтинга Business Week 2010)

2010 г.	2009 г.	Компания	Страна	Среднегодовая доходность акций за период 2006 – 2009 гг., %	Среднегодовой рост доходов за период 2006 – 2009 гг., %
1	1	Apple	США	35	30
2	2	Google	США	10	31
3	4	Microsoft	США	3	10
4	6	IBM	США	12	2
5	3	Toyota Motor	Япония	-20	-11
6	11	Amazon	США	51	29
7	27	LG Electronics	Южная Корея	31	16
8	–	BYD	Китай	99	42
9	17	General Electric	США	-22	-1
10	14	Sony	Япония	-19	-5
11	16	Samsung Electronics	Южная Корея	10	17
12	33	Intel	США	3	0
13	31	Ford Motor	США	10	-12
14	8	Research in Motion	Канада	17	75
15	18	Volkswagen	Германия	8	0
16	7	Hewlett-Packard	США	9	8
17	13	Tata Group	Индия	Private	Private
18	20	BMW	Германия	-8	0
19	24	Coca-Cola	США	9	9
20	5	Nintendo	Япония	-8	22
21	10	Wal-Mart Stores	США	7	6
22	–	Hyundai Motor	Южная Корея	23	12
23	9	Nokia	Финляндия	-14	0
24	34	Virgin Group	Великобритания	Private	Private
25	12	Procter & Gamble	США	1	5
26	22	Honda Motor	Япония	-11	-9
27	–	Fast Retailing	Япония	17	15
28	–	Haier Electronics	Китай	28	22
29	19	McDonald's	США	15	2
30	46	Lenovo	Китай	18	-1
31	32	Cisco System	США	-4	8
32	21	Walt Disney	США	0	2
33	15	Reliance Industries	Индия	21	23
34	–	Siemens	Германия	-3	-4
35	–	Dell	США	-17	-4
36	38	Nestle	Швейцария	8	4
37	–	British Sky Broadcasting	Великобритания	6	9
38	25	Vodafone	Великобритания	6	17
39	47	JP Morgan Chase	США	-2	18
40	–	Oracle	США	13	13
41	–	Petrobras	Бразилия	18	5
42	42	Banco Santander	Испания	2	-1
43	48	Fiat	Италия	-10	-2
44	–	Chine Mobile	Китай	1	16
45	–	Goldman Sachs	США	-5	6
46	43	Nike	США	12	5
47	–	HTC	Тайвань	6	11
48	46	Facebook	США	Private	Private
49	36	HSBC	Великобритания	-5	-7
50	30	Verizon Communications	США	1	7
ВСЕГО				362	440

Распределения количества самых инновационных компаний и их приростных финансовых показателей по странам (TOP-50 рейтинга Business Week 2010)

Страна	Кол-во компаний	Осредненная среднегодовая доходность акций за период 2006 – 2009 гг. в расчете на 1 компанию, %	Осредненный среднегодовой рост доходов за период 2006 – 2009 гг. в расчете на 1 компанию, %
США	22	6,7	8,3
Япония	5	-8,2	2,4
Китай	4	36,5	19,8
Великобритания	4	2,3	6,3
Южная Корея	3	21,3	15
Германия	3	-1	-1,3
Индия	2	21	23
Канада	1	17	75
Финляндия	1	-14	0
Швейцария	1	8	4
Бразилия	1	18	5
Испания	1	2	-1
Италия	1	-10	-2
Тайвань	1	6	11
ВСЕГО	50	7,7	9,4

Перейдем теперь к анализу рейтинга Industry Week 2010. На основе TOP-100 этого рейтинга нами получены распределения количества компаний и их доходов по странам (табл. 9).

Из табл. 9 можно вычислить, что на первые три страны приходится 58% компаний и 57% общих доходов. В отличие от TOP-100 рейтинга Forbes 2010 Япония здесь представлена гораздо большим количеством ком-

паний, приближающимся к количеству компаний США. В этой таблице нами вычислен средний доход в расчете на 1 компанию. Для стран с более чем пятью компаниями лучшие значения этого показателя наблюдались у Германии и США.

Теперь на основе этой же статистической выборке компаний рассмотрим распределения количества компаний и их доходов по секторам экономики (табл. 10).

Таблица 9

Распределения количества компаний и их доходов по странам (TOP-100 рейтинга Industry Week 2010)

Страна	Кол-во компаний	Доходы, млн долл. США	Средний доход в расчете на 1 компанию, млн. долл. США
1	2	3	4
США	27	2140915	79293
Япония	20	1381308	69065
Германия	11	964527	87684
Франция	8	548339	68542
Великобритания	6	465399	77567
Южная Корея	5	371159	74232
Китай	2	346270	173135
Нидерланды	2	318674	159337
Швейцария	3	199322	66441
Италия	2	194306	97153
Россия	2	180025	90013
Бразилия	1	118257	118257
Австралия	2	96791	48396
Норвегия	1	80787	80787

1	2	3	4
Испания	1	70100	70100
Люксембург	1	65110	65110
Индия	1	61916	61916
Тайвань	1	61240	61240
Тайланд	1	60630	60630
Финляндия	1	59527	59527
Дания	1	50625	50625
Бельгия	1	37296	37296
ВСЕГО	100	7 872 523	78725

Таблица 10

## Распределения количества компаний и их доходов по секторам экономики (TOP-100 рейтинга Industry Week 2010)

Сектор	Кол-во компаний	Доходы, млн долл. США	Средний доход в расчете на 1 компанию, млн долл. США
Petroleum & Coal Products	26	2904896	111727
Computers & Other Electronic Products	19	1297386	68284
Motor Vehicles	13	1284398	98800
Food	5	312663	62533
Pharmaceuticals	6	299841	49974
Aerospace & Defense	6	295718	49286
Chemicals	5	290188	58038
Primary Metals	4	215501	53875
Miscellaneous	3	206996	68999
Electrical Equipment & Appliances	2	196453	98227
Tobacco	3	178976	59659
Communications Equipment	2	126552	63276
Fabricated Metal Products	2	93927	46964
Beverages	2	80528	40264
Stone, Clay, Glass & Concrete Products	1	54485	54485
Motor Vehicle Parts	1	34015	34015
ВСЕГО	100	7 872 523	78725

Из табл. 10 можно вычислить, что на первые три сектора экономики (нефтегазовая и угольная промышленность, компьютеры и электроника, автомобилестроение) приходится 58% компаний и 69,7% общих доходов. Как видим из этой таблицы, перечень секторов экономики значительно отличается от перечня секторов экономики рейтинга Forbes. В отличие от рейтинга Forbes в рейтинге Industry Week учитываются только промышленные сектора. В него включены автомобильные сектора (отдельно производство автомобилей и запасных частей к ним), аэрокосмический сектор и другие отсутствующие в рейтинге Forbes сектора.

Перейдем теперь к анализу рейтинга Fortune. На основе временных рядов этого рейтинга за период с 2005 по 2010 гг. включительно нами идентифицированы по десять наиболее растущих и падающих компаний (табл. 11). Здесь под  $\Delta 2005 - 2010$  гг. понимается изменение рейтинга за рассматриваемый пятилетний период.

В качестве базового ранжированного ряда компаний взят 2005 год. В этой таблице нами рассчитаны изменения рейтинга за пятилетний период. По десять наиболее растущих и падающих компаний представлены в табл. 11.

Из табл. 11 видим, что наиболее растущие компании по рейтингу Fortune наблюдались в секторе коммунальных услуг (Utilities), банковском и нефтегазовом секторах. Здесь преобладали компании из Китая (три из десяти) в промышленных секторах, в то же время по две компании в этом перечне из США и Франции относились к секторам сферы услуг. За рассматриваемый период в первой десятке падающих компаний спад происходил намного интенсивнее, чем подъем в первой десятке растущих компаний. Здесь преобладали компании из США (четыре из десяти) в промышленных секторах и секторе розничной торговли, а также по две компании из Франции и Швейцарии относились к банковскому сектору и к сектору потребительских услуг длительного срока использования.



## Наиболее растущие и падающие компании за период с 2005 по 2010 гг. TOP-100 рейтинга Fortune

Наиболее растущие компании					Наиболее падающие компании				
№ п/п	Название компании	Страна	Сектор	Δ2005 – 2010	№ п/п	Название	Страна	Сектор	Δ2005 – 2010
1	GDF Suez	Франция	Utilities	+50	1	Time Warner	США	Conglomerates	-174
2	E.ON	Германия	Utilities	+42	2	Royal Ahold	Нидерланды	Retailing	-135
3	J.P.Morgan Chase & Co	США	Banking	+40	3	UBS	Швейцария	Banking	-117
4	Bank of America Group	США	Banking	+37	4	Credit Suisse	Швейцария	Banking	-89
5	China National Petroleum	Китай	Oil & Gas Operations	+36	5	NEC	Япония	Telecommunication Services	-74
6	Enel	Италия	Utilities	+33	6	Renault	Франция	Consumer Durables	-65
7	State Grid	Китай	Conglomerates	+32	7	Pfizer	США	Drugs & Biotechnology	-65
8	BNP Paribas	Франция	Banking	+27	8	Home Depot	США	Retailing	-63
9	Sinopec	Китай	Oil & Gas Operations	+24	9	Peugeot	Франция	Consumer Durables	-53
10	Statoil	Норвегия	Oil & Gas Operations	+21	10	Marathon Oil	США	Oil & Gas Operations	-50

Следует отметить, что перечень секторов в рейтинге Fortune полностью совпадает с аналогичным перечнем рейтинга Forbes.

На основе TOP-100 рейтинга Fortune 2010 нами получены распределения количества компаний и их финансовых показателей по странам (табл. 12) и секторам экономики (табл. 13).

Доли ведущих трех стран и секторов экономики в общих объемах финансовых показателей компаний и их

количество относительно общего числа стран рассчитаны в табл. 14 и табл. 15.

Из этих таблиц видим, что в первые тройки стран по общим доходам и прибылям входят ведущие развитые страны мира и Китай, а в первые тройки секторов – нефтегазовый, банковский и телекоммуникационный секторы, а также сектор потребительских товаров длительного срока использования.

Таблица 12

## Распределения количества компаний и их финансовых показателей в млн. долл. США по странам (TOP-100 рейтинга Fortune 2010)

Страна	Кол-во компаний	Доходы, млн долл. США	Доходы в расчете на 1 компанию, млн долл. США	Прибыль, млн долл. США	Прибыль в расчете на 1 компанию, млн долл. США
1	2	3	4	5	6
США	32	3671900	114747	157914	4935
Франция	11	1187589	107963	39998	3636
Япония	10	1084285	108429	15460	1546
Германия	11	1065400	96855	26070	2370
Великобритания	10	1007714	100771	58866	5887
Китай	5	678554	135711	46173	9235
Нидерланды	2	448333	224167	11218	5609
Италия	4	402215	100554	14224	3556
Южная Корея	3	259497	86499	11098	3699
Испания	2	185198	92599	23238	11619

1	2	3	4	5	6
Швейцария	2	169386	84693	12819	6410
Россия	2	162497	81249	31567	15784
Бельгия	1	95144	95144	1404	1404
Бразилия	1	91869	91869	15504	15504
Венесуэла	1	91182	91182	1608	1608
Мексика	1	80722	80722	-7011	-7011
Норвегия	1	74000	74000	2912	2912
Люксембург	1	65110	65110	118	118
ВСЕГО	100	10820595	108206	463180	4632

Таблица 13

**Распределения количества компаний и их финансовых показателей в млн. долл. США по секторам экономики (TOP-100 рейтинга Fortune 2010)**

Сектор экономики	Кол-во компаний	Доходы, млн долл. США	Доходы в расчете на 1 компанию, млн долл. США	Прибыль, млн долл. США	Прибыль в расчете на 1 компанию, млн долл. США
Oil & Gas Operations	16	2315400	144713	140154	8760
Banking	16	1670361	104398	92121	5758
Consumer Durables	11	1135329	103212	5819	529
Insurance	11	1049540	95413	16687	1517
Retailing	5	709898	141980	24266	4853
Telecommunications Services	7	651777	93111	58225	8318
Conglomerates	4	523772	130943	14985	3746
Utilities	4	406451	101613	30820	7705
Technology Hardware & Equip	5	437465	87493	4742	948
Food Markets	4	379571	94893	4746	1187
Mail, Package and Freight Delivery	3	339713	113238	1950	650
Drugs & Biotechnology	3	280104	93368	2918	973
Food, Drink & Tobacco	2	168321	84161	11311	5656
Health Care Equipment & Svcs	2	152166	76083	8568	4284
Diversified Financials	1	112493	112493	8055	8055
Semiconductors	1	108927	108927	7562	7562
Software & Services	1	95758	95758	13425	13425
Household & Personal Products	1	79697	79697	13436	13436
Chemicals	1	70461	70461	1960	1960
Aerospace & Defense	1	68281	68281	1312	1312
Materials	1	65110	65110	118	118
ВСЕГО	100	10820595	108206	463180	4632

В табл. 16 и табл. 17 показаны страны и секторы экономики, у которых значения удельных финансовых показателей выше среднего среди 100 компаний. В первой таблице в обоих списках представлены США, Китай и Нидерланды, во второй – нефтегазовый сектор, розничная торговля, диверсифицированные финансы.

В табл. 18 мы сопоставили рейтинги 50 самых инновационных компаний мира (TOP-50 рейтинга Business Week 2010) с другими ранее изученными рейтингами этих же компаний. В целом мы видим, что инновационные компании по другим рейтингам (Fortune, Forbes, Industry Week) позиционируются хуже. Это го-

Таблица 14

Доли ведущих трех стран в общих объемах финансовых показателей компаний и их количестве относительно общего числа стран (TOP-100 рейтинга Fortune 2010), %

Страна	Доходы	Прибыли	Кол-во компаний
США Франция Япония	54,9	-	53,0
США Великобритания Китай	-	56,8	47,0

Таблица 15

Доля ведущих трех секторов экономики стран в общих объемах финансовых показателей относительно общего числа секторов (TOP-100 рейтинга Fortune 2010), %

Сектор экономики	Доходы	Прибыли	Кол-во компаний
Oil & Gas Operations Consumer Durables Banking	47,3	-	43,0
Oil & Gas Operations Banking Telecommunications Services	-	62,7	39,0

Таблица 16

Страны, у которых значения финансовых показателей в расчете на 1 компанию выше среднего среди 100 компаний (TOP-100 рейтинга Fortune 2010)

Общие доходы в расчете на 1 компанию	Общая прибыль в расчете на 1 компанию
США Япония Китай Нидерланды	США Великобритания Китай Нидерланды Испания Россия Бразилия

Таблица 17

Секторы экономики, у которых значения финансовых показателей в расчете на 1 компанию выше среднего среди 100 компаний (TOP-100 рейтинга Fortune 2010)

Общие доходы в расчете на 1 компанию	Общая прибыль в расчете на 1 компанию
Oil & Gas Operations Retailing Conglomerates Mail, Package and Freight Delivery Diversified Financials	Oil & Gas Operations Banking Retailing Telecommunications Services Utilities Diversified Financials Food, Drink & Tobacco Software & Services Household & Personal Products Semiconductors

по всем четырем рейтингам имели следующие компании: China Mobile, Ford Motor, General Electric, Hewlett-Packard, Nestle, Petrobras, Samsung Electronics, Verizon Communications, Vodafone и Volkswagen.

Таким образом, нами проделан сравнительный анализ функционирования ведущих компаний мира на основе четырех глобальных рейтингов. Предложенные здесь расчетные интегральные и удельные показатели, разнообразные типы таблиц для сравнительного анализа деятельности компаний и обобщенные табличные группировки могут быть использованы в процедурах бенчмаркинга ТНК. ■

ворит о разных критериях ранжирования инновационных компаний по сравнению с тремя другими рейтингами, в основу которых положены исключительно финансовые показатели. Относительно близкие позиции

**Самые инновационные компании мира (TOP-50 рейтинга Business Week 2010)  
и их вхождения в другие рейтинги 2010 г.**

Название компании	Страна	Business Week	Fortune	Forbes	Industry Week
Apple	США	1	197	75	92
Google	США	2	355	120	-
Microsoft	США	3	115	49	57
IBM	США	4	48	33	24
Toyota Motor	Япония	5	5	360	4
Amazon.com	США	6	340	315	-
LG Electronics	Южная Корея	7	67	-	48
BYD	Китай	8	-	1403	552
General Electric	США	9	13	2	9
Sony	Япония	10	69	421	27
Samsung Electronics	Южная Корея	11	32	55	14
Intel	США	12	209	100	95
Ford Motor	США	13	23	58	15
Research in Motion	Канада	14	-	384	257
Volkswagen	Германия	15	16	-	8
Hewlett-Packard	США	16	26	35	18
Tata Group	Индия	17	-	-	-
BMW	Германия	18	82	197	36
Coca-Cola	США	19	245	104	111
Nintendo	Япония	20	-	260	191
Wal-Mart Stores	США	21	1	14	-
Hyundai Motor	Южная Корея	22	78	188	32
Nokia	Финляндия	23	120	135	55
Virgin Group	Великобритания	24	-	-	-
Procter & Gamble	США	25	66	29	33
Honda Motor	Япония	26	51	86	20
Fast Retailing	Япония	27	-	800	-
Haier Electronics	Китай	28	-	-	-
McDonalds	США	29	378	153	-
Lenovo	Китай	30	-	1274	258
Cisco Systems	США	31	-	-	-
Walt Disney	США	32	199	-	-
Reliance Industries	Индия	33	175	126	101
Siemens	Германия	34	40	50	19
Dell	США	35	131	183	62
Nestle	Швейцария	36	44	36	-
British Sky Broadcasting	Великобритания	37	-	744	-
Vodafone	Великобритания	38	80	46	-
JPMorgan Chase	США	39	-	1	-
Oracle	США	40	366	113	-
Petrobras	Бразилия	41	54	18	16
Banco Santander	Испания	42	37	6	-
Fiat	Италия	43	85	499	37
China Mobile	Китай	44	77	38	-
Coldman Sachs	США	45	-	-	-
Nike	США	46	453	333	196
HTC	Тайвань	47	-	1060	681
Facebook	США	48	-	-	-
HSBC	Великобритания	49	39	8	-
Verizon Communications	США	50	35	37	-

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ИРАНА

АБОЛХАСАНЗАД АЛИРЕЗА

Харьков

**А**ктуальность данной темы обусловлена тем, что деятельность предприятий нефтедобывающего комплекса Ирана осуществляется на большой территории, равной десяткам квадратных километров, и на результаты их работы существенное влияние оказывают природный и погодный факторы. Влияние указанных факторов на эффективность работы предприятий в отдельном взятом нефтедобывающем регионе (например, в Маруне) со временем может кардинально меняться в связи с истощением запасов одних месторождений, вводом в эксплуатацию других, изменением географии буровых работ и пр.

Для снижения возможных отрицательных последствий воздействия природных и погодных факторов на показатели работы предприятий отрасли последние постоянно должны изыскивать резервы повышения эффективности своей деятельности в изменившихся условиях путем совершенствования производственной структуры, уровня плановой работы.

Вопросам повышения эффективности функционирования предприятий нефтедобывающего комплекса всегда уделялось должное внимание. Заметную роль здесь сыграли научные исследования Гутмана И. С. [1], Кучина Б. А., Алгунина А. Е. [2], Рыбникова А. В., Саркисова Г. Г. [3] и ряда других ученых, а также многих отраслевых институтов.

На современном этапе развития нефтегазовой отрасли Ирана достаточно актуальными являются задачи по эффективному интегрированию отечественных предприятий в рыночную экономику с параллельным реформированием отрасли в целом и созданием современных систем менеджмента на основе внедрения принципиально новых моделей принятия решений. Динамизм и неопределенность рыночной экономики предполагают необходимость формирования новых подходов, новых управленческих технологий для стратегического развития предприятий, для максимально эффективной их адаптации к изменениям внешней среды с учетом реально существующего спектра рисков. Этим и объясняется необходимость внедрения современных информационных технологий.

Плановые информационные системы создаются на административном уровне управления и служат для принятия долгосрочных решений стратегического характера:

- ✦ создание и оптимизация звеньев логистической цепи;
- ✦ управление условно-постоянными, т. е. мало изменяющимися данными;

- ✦ планирование производства;
- ✦ общее управление запасами;
- ✦ управление резервами и др.

В плановых информационных системах решаются задачи, связывающие логистическую систему с совокупным материальным потоком. При этом осуществляется сквозное планирование в логистической цепи

*сырье – добыча и подготовка – сбыт,*

что позволяет создать эффективную систему организации производства, построенную на требованиях рынка, с выдачей необходимых требований в систему материально-технического обеспечения предприятия. Этим плановые системы как бы «ввязывают» логистическую систему во внешнюю среду, в совокупный материальный поток.

Решение указанных задач осуществляется для всех уровней управления нефтегазодобывающего объединения:

- ✦ бригады добычи нефти и газа;
- ✦ цехи добычи нефти и газа;
- ✦ нефтегазодобывающие управления;
- ✦ нефтегазодобывающее объединение.

В соответствии с концепцией логистики информационные системы, относящиеся к различным группам, интегрируются в единую информационную систему. В представленной разработке планирование осуществляется в разрезе цехов, НГДУ (нефтегазодобывающего управления), объединения с годовой, квартальной и месячной периодичностью. Эту задачу решают одной типовой программой. Достигается это использованием одних и тех же алгоритмов по расчету показателей для разных уровней управления [4].

**П**ри построении логистических информационных систем на базе современных информационных технологий необходимо соблюдать определённые принципы:

1. *Принцип использования аппаратных и программных модулей.* Аппаратный модуль – это унифицированный функциональный узел радиоэлектронной аппаратуры, выполненный в виде самостоятельного изделия. Модуль программного обеспечения – это унифицированный программный элемент, выполняющий определенную функцию в общем программном обеспечении. Соблюдение принципа использования программных и аппаратных модулей позволяет:

- ✦ обеспечить совместимость вычислительной техники и программного обеспечения на разных уровнях управления;
- ✦ повысить эффективность функционирования логистических информационных систем;
- ✦ снизить их себестоимость;
- ✦ ускорить их построение.

2. *Принцип возможности поэтапного создания системы.* Логистические информационные системы, построенные на базе современных компьютеров, как и другие автоматизированные системы управления, являются постоянно развиваемыми системами. Это означает, что при их проектировании необходимо предусмотреть возможность постоянного увеличения числа объектов автоматизации, возможность расширения состава реализуемых информационной системой функций и количества решаемых задач. При этом следует иметь в виду, что определение этапов создания системы, т. е. выбор первоочередных задач, оказывает большое влияние на последующее развитие логистической информационной системы и эффективность её функционирования. Полный технический проект охватывает широкий круг вопросов, решаемых работниками объединения, промыслов и бригад, и имеет большой объем работ. В нем предусмотрено решение следующих задач:

- ✦ планирование добычи нефти;
- ✦ строительство скважин;
- ✦ подготовка и сдача нефти;
- ✦ эксплуатация объектов нефтедобычи;
- ✦ поддержание пластового давления;
- ✦ исследование скважин;
- ✦ построение графиков разработки и карт технического состояния;
- ✦ подземный ремонт скважин;
- ✦ энергоснабжение;
- ✦ ремонтное обеспечение;
- ✦ планирование учета и нормирования ремонтов оборудования объектов подготовки нефти, газа и воды;
- ✦ эксплуатация газовых и водозаборных скважин.

Особенность подготовки типового технического проекта подсистемы «добыча нефти» – то, что все задачи решаются на основе общей информационной базы, и в зависимости от ее готовности могут внедряться в любой последовательности, но это будет частное решение. Системный же подход предполагает последовательный переход от общего к частному (дедукция), когда в основе рассмотрения лежит конечная цель, ради которой создается система. Поэтому программы по планированию добычи, подготовки и сдачи нефти и закачке воды (представленные в данном проекте) разрабатываются и выдаются в первую очередь, потому что помогают решить главную задачу планирования нефтегазодобывающего объединения – планирования получения конечной продукции – нефти и газа. Остальные программы выдаются по мере готовности, т. е. поэтапно.

3. *Принцип четкого установления мест стыковки.* В местах стыка материальный и связанный с ним информационный поток переходит границы ответственности, разделяющие самостоятельные предприятия и производственные единицы объединения.

Планирование добычи нефти формируют мероприятия по вводу нефтяных, нагнетательных и газовых скважин из освоения, простоев и бездействия. Программа предусматривает выполнение следующих расчетов:

- ✦ проектных скважин;
- ✦ скважин введенных из простоя и бездействия;
- ✦ ожидаемой добычи нефти и природного газа по планируемому мероприятиям;
- ✦ ожидаемых потерь добычи нефти и нефтяного газа по причинам простоя;
- ✦ ожидаемого объема закачки воды по планируемому мероприятиям;
- ✦ ожидаемых потерь закачки воды по причинам простоя.

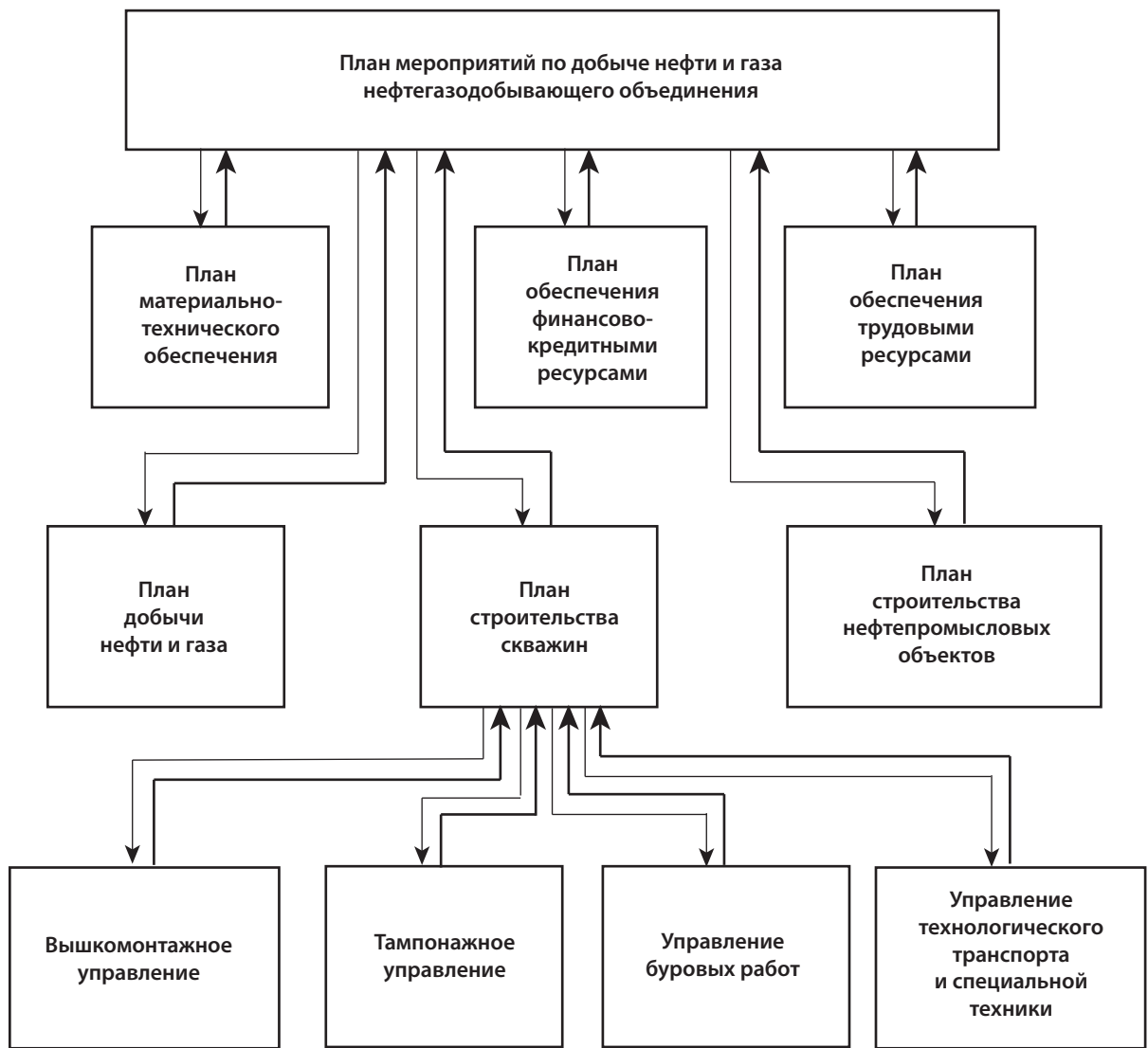
В реализации выработанных планов участвуют производственные и структурные предприятия объединения. Учет их экономических интересов позволяет плавно преодолеть границы между самостоятельными предприятиями [5].

В новых условиях, экономический критерий плана производства и реализации продукции определяется двумя обстоятельствами: платежеспособный покупательский спрос на продукцию – с одной стороны, возможности приобретения и наличие ресурсов – с другой. Значит, базой плана и одновременно инструментом его реализации выступает система прямых хозяйственных связей с заказчиками и поставщиками, а так же подрядчиками. В отличие от сугубо административного воздействия на хозяйственные процессы, у органов управления объединения появилась возможность добиваться экономическими методами принятия структурными подразделениями необходимых ему планов. Точные расчетные экономические методы управления производством позволяют объединить все предприятия объединения единством цели – работой на конечный результат.

4. *Принцип гибкости системы с точки зрения специфических требований конкретного применения.* Гибкость программы по планированию добычи нефти и газа достигается применением независимых программных модулей для каждого подраздела плана геологических мероприятий. При изменении требований к какому-либо из них вносятся дополнения и исправления только в конкретный модуль, не затрагивая основной программы.

5. *Принцип приемлемости системы для пользователя диалога «человек – машина».* В представленной программе дружелюбный интерфейс с пользователем обеспечивается применением стандарта фирмы «Microsoft». Интерфейс – это пакет программ, берущий на себя обеспечение максимально удобного взаимодействия между пользователем, операционной системой и прикладной задачей. Использование популярных горизонтальных и спускающихся вертикальных меню, проверке на достоверность вводимых данных с выдачей сообщений об ошибках, выдаче справочной информации с разъяснением дальнейших действий в любом месте программы, предоставляет неподготовленному пользователю возможности для самообучения. Программа разработана на языке Си.

На рис. 1, в целях упрощения, полностью представлены информационные потоки по формированию плана добычи для одного вида конечной продукции нефтегазодобывающего объединения – строительства скважин.



**Рис. 1. Информационные потоки при планировании добычи нефти и газа нефтегазодобывающим объединением**

Так как на микроуровне внутрипроизводственные логистические системы представляют собой ряд подсистем, находящихся в связях друг с другом, образующих определенную целостность, единство, то суть внутрипроизводственного планирования заключается в определении заданий и доли участия самостоятельных предприятий и их подразделений (подсистем) в выпуске продукции, техническом прогрессе, расходовании отдельных ресурсов, а также разработке методов выполнения этих заданий. Оно направлено на обеспечение:

- а) эффективного и наиболее рационального использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов предприятия, т. е. на обеспечение экономии во всех её видах;
- б) постоянной пропорциональности и согласованности целей деятельности предприятий и вышестоящих звеньев микрологистической системы, работающих на единый экономический результат.

Обеспечивая непрерывность планирования, по перспективному плану, рассчитанному на длительный период, определяют задачи на каждый конкретный год, которые являются основой при составлении текущих планов [6].

*Текущее планирование* – составление и организация выполнения плана предприятия и его структурных подразделений в краткосрочном периоде – квартал, месяц. Текущий план органически связан с перспективным, поскольку в нем уточняются и детализируются задачи перспективного плана на данный период. В ходе выполнения перспективного плана выявляются дополнительные возможности повышения эффективности производства, увеличения выпуска продукции и улучшения её качества, которые учитываются при текущем планировании.

*Краткосрочный план* – это развернутая программа деятельности предприятия и его подразделений, направленная на успешное выполнение плановых заданий при наиболее полном использовании выделенных ресурсов. В отличие от перспективного он разрабатывается детально по каждому подразделению, включает определение всех технико-экономических показателей.

На основе исходных данных, НГДУ приступают к разработке вариантов проекта плана мероприятий по добыче нефти и газа [7].

На *первом этапе* проводят анализ работы в предыдущем месяце и, используя рассчитанные нормы рас-

хода материалов, энергии, машин и механизмов, трудовых ресурсов, определяют соответствие имеющихся у них мощностей задачам, вытекающим из контрольных цифр. Варианты отличаются различным сочетанием и количеством скважин по видам строительных, ремонтных и других работ, при неизменных основных плановых показателях.

*Второй этап* – составление проекта плана НГДУ на основе:

а) разработанных плановых норм и нормативов и мероприятий по повышению эффективности производства;

б) утвержденных показателей на планируемый год в перспективном плане;

г) разработанных проектов планов цехами добычи нефти и газа (ЦДНГ), в которых, для выполнения плановых заданий, обоснованы потребности в проведении капитальных и подземных ремонтов существующего фонда скважин и строительстве новых. На их основании рассчитываются потребности в материально-технических ресурсах, в капитальных затратах, объемах строительно-монтажных работ и др.

*Третий этап* – начинается после рассмотрения проектов плана в вышестоящей организации – объединении и утверждения плановых заданий на данный месяц. На этом этапе НГДУ составляет развернутый план производственно – хозяйственной деятельности, согласованный с отделами и утвержденный руководством объединения, на основе которого устанавливаются задания цехам добычи нефти и газа, комплексной подготовки нефти и газа, поддержания пластового давления и другим подразделениям управления.

**О**сновной целью внедрения информационной системы в промышленном производстве является тотальный мониторинг производственных и бизнес-процессов на конкретном предприятии, сокращение расходов на поддержание надежности работы оборудования. Достигается это, в том числе, путем ведения финансовой и ремонтной истории всех единиц оборудования, сбора и обработки статистики по отказам и неисправностям, за счет ведения регламента оборудования и учета выполнения работ по техническому обслуживанию и ремонту. В итоге руководство в каждый момент времени владеет полной и достоверной информацией о работе предприятия, может знать его «слабые стороны» и вовремя подстраховаться от кризисных ситуаций. Помимо информации о датах и объемах выполнения работ по техническому обслуживанию конкретных единиц оборудования, компания, внедрившая у себя данную систему, получает данные о надежности любого класса оборудования, что позволяет реально оценить степень рисков наступления аварийных случаев. Кроме того, предприятие получает и полную статистику по отказам и неисправностям конкретных типов и видов оборудования, а значит, менеджмент компании имеет возможность отслеживать работу определенной техники в длительной перспективе, что позволяет, в конечном счете, существенно снижать производственные издержки и повышать рентабельность.

Применение программного комплекса по планированию добычи и сдачи нефти направлено на устранение выполнения большого объема учетно-вычислительных работ, выполняемых вручную, повышению достоверности, своевременности и качества выходной документации, освобождение квалифицированных ИТР объединения, НГДУ от рутинной работы, что позволит их основное внимание сосредоточить на решении инженерных проблем, сократит дублирующие операции по обработке данных, позволит своевременно обеспечить плановыми документами всех заинтересованных потребителей. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

**1. Гутман И. С.** Методы подсчета запасов нефти и газа / И. С. Гутман. – М.: Недра, 1985. – 223 с.

**2. Кучин Б. Л.** Управление системой газоснабжения в осложненных условиях эксплуатации / Б. Л. Кучин, А. Е. Алтунин. – М.: Недра, 1987. – 209 с.

**3. Рыбников А. В.** Стохастические геологические модели – методы, технологии, возможности / А. В. Рыбников, Г. Г. Саркисов // Нефтяное хозяйство. – 2001. – № 6. – С. 22 – 25.

**4. Джафаров И. С.** Корпоративный банк данных геолого-промысловой информации ТНК / И. С. Джафаров, В. Н. Пьянков // Нефтяное хозяйство. – 2002. – № 6. – С. 55 – 58.

**5. Карасев В. И.** Как получить прибыль с нерентабельных месторождений / В. И. Карасев, А. Г. Потеряев, В. И. Шпильман // Нефть и капитал. – 1996. – № 9. – С. 25 – 28.

**6. Крылов Н. А.** Геолого-экономический анализ освоения ресурсов нефти / Н. А. Крылов, Ю. Н. Батурин. – М.: Недра, 1990. – 154 с.

**7.** Математическое моделирование и оптимизация систем тепло-, водо-, нефте- и газоснабжения / А. П. Меренков, Е. В. Сеннова, С. В. Сумароков и др. – Новосибирск: Наука, 1992. – 407 с.



## ПОЛІТИКА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

**СИНИЦЯ Т. В.**

кандидат економічних наук

**ОСЬМІРКО І. В.**

кандидат економічних наук

**Харків**

Одним із найгостріших питань сьогодення в Україні є існуючі нерівномірності в розвитку окремих регіонів. Диспропорції соціально-економічного розвитку регіонів, попри всі дії держави пом'якшити цей процес, за більшістю параметрів посилюються щороку. Необхідність розробки ефективних шляхів стабілізації розвитку України в поєднанні з активною соціальною політикою, потребує формування якісно нової державної регіональної політики.

Питання щодо регіонального розвитку України, шляхи подолання територіальних диспропорцій розгляну-

ті в роботах Білої С. О., Дейнеки О. Г., Долішнього М. І., Вовканича С. Й., Герасимчук З. В., Заставного Ф. Д., Топчієва О. Г., Чужикова В. І. та ін. Намагання держави подолати соціально-економічні розбіжності в розвитку регіонів України відобразилися у прийнятті цілого ряду нормативно-правових актів, проте, як засвідчують статистичні дані, ефективність їх є низькою, а існуючі диспропорції за більшістю параметрів навіть посилюються. Тому метою статті є визначення пріоритетних підходів до формування державної політики регіонального розвитку України.

Для вирішення завдань, що дозволяють досягти поставлену мету, використані методи аналізу, теоретичного узагальнення, групування, порівняння, вимірювання, конкретизації.

Аналізуючи чинне законодавство, пов'язане з регіональним розвитком, можна відмітити, що за двадцятирічний період існування України як незалежної держави ухвалено низку важливих законодавчих актів (табл. 1), що є підґрунтям для підвищення ефективності регіонального розвитку в Україні.

Таблиця 1

Нормативно-правовий аспект стратегічного планування регіонального розвитку в Україні

Нормативно-правові акти	Примітки
1	2
Бюджетний кодекс України від 21.06.2001 р. № 2542-III	Визначає засади бюджетної системи України, її структуру, принципи, правові засади функціонування, основи бюджетного процесу та міжбюджетних відносин і відповідальність за порушення бюджетного законодавства
Земельний кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III	Регулює земельні відносини, склад і цільове призначення земель України, право власності на землю, набуття та реалізацію права на землю, гарантії прав на землю
Указ Президента України «Про Концепцію державної регіональної політики» від 25.05.2001 р. № 341/2001	Головною метою державної регіональної політики є створення умов для динамічного, збалансованого соціально-економічного розвитку України та її регіонів, підвищення рівня життя населення, забезпечення дотримання гарантованих державою соціальних стандартів для кожного її громадянина незалежно від місця проживання, а також поглиблення процесів ринкової трансформації на основі підвищення ефективності використання потенціалу регіонів, підвищення дієвості управлінських рішень, удосконалення роботи органів державної влади та органів місцевого самоврядування
Закон України «Про затвердження Загальнодержавної програми розвитку малих міст» від 04.03.2004 р. № 1580-IV	Визначає основні напрями соціально-економічного розвитку малих міст України до 2010 р., містить науково-методичні, економічні, організаційні, правові заходи щодо його забезпечення та надає змогу органам місцевого самоврядування та органам виконавчої влади самостійно складати і реалізовувати плани відродження та розвитку малих міст із використанням для цього відповідної державної підтримки, враховувати конкретні потреби цих міст в регіональних програмах і стратегіях розвитку
Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» від 08.09.2005 р. № 2850-IV	Визначає правові, економічні та організаційні засади реалізації державної регіональної політики щодо стимулювання розвитку регіонів та подолання депресивності територій
Постанова «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року», затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 21.07.2006 р. № 1001	Визначає тенденції соціально-економічного розвитку регіонів України, міжрегіональні диспропорції, основні проблеми регіонального розвитку, принципи регіональної політики, стратегічні завдання державної політики регіонального розвитку України до 2015 року, створення інституціональних умов для регіонального розвитку, показники оцінки та механізм реалізації стратегії

1	2
Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку здійснення моніторингу соціально-економічних показників розвитку регіонів, районів та міст обласного, республіканського в Автономній Республіці Крим значення для визнання територій депресивними» від 02.03.2010 р. № 235	Визначає механізм здійснення моніторингу соціально-економічних показників розвитку регіонів, районів і міст обласного, республіканського в Автономній Республіці Крим значення з метою визнання відповідної території депресивною шляхом оцінювання визначених для кожної групи територій соціально-економічних показників розвитку згідно із статтею 9 Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів»
Постанова Кабінету Міністрів України від 23.05.2007 р. № 751 «Про затвердження Порядку підготовки, укладення та виконання угоди щодо регіонального розвитку і відповідної типової угоди»	Визначає повноту обґрунтування доцільності підготовки та укладення угоди; відповідність пріоритетних напрямів стратегії розвитку відповідного регіону пріоритетним напрямкам Державної стратегії регіонального розвитку; пріоритетні напрями стратегії регіону; актуальність проблемних питань соціально-економічного розвитку регіону, які передбачається розв'язати за підсумками виконання угоди; очікувані результати виконання угоди
Закон України «Про асоціації органів місцевого самоврядування» від 16.04.2009 р. № 1275-VI	Встановлює правові засади організації і діяльності асоціацій органів місцевого самоврядування та їх добровільних об'єднань, їх взаємовідносин з органами державної влади та органами місцевого самоврядування в Україні
Закон України «Про Державну програму економічного та соціального розвитку України на 2010 р.» від 20.05.2010 р. № 2278-VI	Визнає пріоритет розвитку держави, стимулювання регіональних «точок зростання» економіки та залучення інвестицій за такою схемою: – проведення підготовчої роботи для подальшого утворення в кожній області індустріальних (промислових) парків (не менше двох) та кластерів з метою виготовлення високотехнологічної та енергоефективної продукції, а також споживчих товарів; – запровадження режиму «спеціальної митної зони» на територіях перспективного розвитку із введенням спеціального (преференційного) режиму ввезення/вивезення з території зони товарів для реалізації експортоорієнтованих інвестиційних проектів
Закон України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» від 01.08.2010 р. № 2411-VI	Визначає правові засади внутрішньої політики України у сферах розбудови державності, розвитку місцевого самоврядування та стимулювання розвитку регіонів, формування інститутів громадянського суспільства, національної безпеки і оборони в економічній, соціальній і гуманітарній сферах, в екологічній сфері та сфері техногенної безпеки, а також засади зовнішньої політики України
Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. № 2456-VI	Визначає правові засади функціонування бюджетної системи України, її принципи, основи бюджетного процесу і міжбюджетних відносин та відповідальність за порушення бюджетного законодавства
Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI	Його норми розширюють можливості доходної частини місцевих бюджетів за рахунок модернізації системи оподаткування
Закон України «Про підготовку та реалізацію інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна» від 21.10.2010 р. № 2623-VI	Унормовує правові та організаційні засади відносин, пов'язаних з підготовкою та реалізацією інвестиційних проектів за принципом «єдиного вікна»

Однак на сьогодні залишається відкритим питання законодавчого унормування засад комплексної реалізації державної регіональної політики, що містила ефективні інноваційні інструменти для вирішення проблем асиметрії розвитку регіонів України з урахуванням специфіки їх економіки, екології, демографії, освіти та світоглядних орієнтацій населення. Насамперед, країна чекає прийняття Закону про засади державної регіональної політики в Україні.

Але аналіз статистичних даних дає підстави говорити про зростання дисбалансів між регіонами. У табл. 2 представлено розподіл регіонів України на 4 групи залежно від обсягу виробленого валового регіонального про-

дукту (ВРП) на душу населення відносно середнього по країні та визначено питому вагу кожної групи відносно загальної кількості регіонів.

Виходячи з аналітичних даних табл. 2, можна зробити окремі важливі висновки щодо існування та поглиблення територіальних диспропорцій економічного розвитку. Так, при середньому значенні по Україні валового регіонального продукту (ВРП) в розрахунку на душу населення, який у 2009 році становив 19832 грн, у структурі регіонів можна виділити 8 потенційних економічних лідерів: м. Київ, Дніпропетровська, Донецька, Полтавська, Київська, Харківська, Запорізька та Одеська області, чия питома вага до загальної кількості регіонів складає 29,6%.

## Групування регіонів України за обсягом ВРП на душу населення (за даними Державного комітету статистики України за 2009 рік [1])

Регіони України	ВРП, грн	У % до середньо-українського показника за 2009 рік*	Група та її питома вага у % до загальної кількості регіонів		
			назва групи	питома вага, %	
				2006 рік	2009 рік
Чернівецька	9383	47,313	Група № 1: «регіони-аутсайтери» (до 60% від середньоукраїнського показника за 2009 рік)	18,5	25,9
Закарпатська	10081	50,832			
Тернопільська	10240	51,634			
Житомирська	11419	57,579			
Рівненська	11699	58,991			
Хмельницька	11780	59,399			
Волинська	11796	59,5	Група № 2: регіони, показники, яких нижче за середній (60 – 80% від середньоукраїнського показника за 2009 рік)	40,7	33,4
Вінницька	12145	61,24			
Херсонська	12256	61,8			
Івано-Франківська	12485	62,954			
Кіровоградська	13096	66,035			
Чернігівська	13121	66,161			
Сумська	13631	68,733			
Автономна Республіка Крим	13933	70,3			
Львівська	14093	71,062	Група № 3: регіони, показники, яких близькі до середнього по Україні (80 – 100% від середньоукраїнського показника за 2009 рік)	22,3	11,1
Черкаська	14393	72,575			
Луганська	16562	83,512			
м. Севастополь	16966	85,549	Група № 4: регіони – економічні лідери (більше 100% від середньоукраїнського показника за 2009 рік)	18,5	29,6
Миколаївська	17050	85,973			
Одеська	20341	102,567			
Запорізька	20614	103,944			
Харківська	21228	107,04			
Київська	21769	109,767			
Полтавська	22337	112,632			
Донецька	23137	116,665			
Дніпропетровська	27737	139,86			
м. Київ	61088	308,028			
<b>Україна</b>	<b>19832</b>	<b>100</b>		<b>100</b>	<b>100</b>

\* у 2009 році ВРП на душу населення становив 19 832 грн.

Зростання питомої ваги як регіонів-аутсайдерів, так й регіонів – економічних лідерів підтверджує поглиблення диспропорцій у регіональному розрізі.

Економічна потужність більшості регіонів-лідерів у декілька разів перевищує потужність регіонів-аутсайдерів, насамперед Чернівецьку, Закарпатську, Тернопільську. При цьому розрив між регіонами-лідерами за показником валового регіонального продукту та регіонами-аутсайдерами є доволі відчутним та має тенденцію до зростання. Максимальне значення валового регіонального продукту на одну особу у 2009 р.

перевищувало мінімальне у 6,5 раза, а середнє по Україні – у 3 рази. Для порівняння у 2006 р. ці показники мали значення 6,2 раза та 3 рази відповідно. Як наслідок, регіони – економічні лідери мають найвищі показники фінансової результативності своєї діяльності, про що свідчать дані позитивного фінансового результату їх звичайної діяльності до оподаткування, за яким м. Київ, Дніпропетровська, Донецька області та інші регіони що відносяться до 4 групи, відверто випереджають інші регіони (табл. 3).

## Динаміка фінансових результатів від звичайної діяльності підприємств до оподаткування за регіонами [1]

Регіони України	Позитивний фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування, млн грн	
	2009 рік	2010 рік
<b>Україна</b>	<b>144059,2</b>	<b>210985,4</b>
Автономна Республіка Крим	2367,8	2306,6
Вінницька	1386,1	2338,3
Волинська	716,5	1576,5
Дніпропетровська	<b>13509,9</b>	<b>39659,2</b>
Донецька	<b>14375,0</b>	<b>21640,9</b>
Житомирська	787,8	1012,0
Закарпатська	532,4	574,0
Запорізька	<b>5502,7</b>	<b>7083,1</b>
Івано-Франківська	1349,6	1204,8
Кіровоградська	1493,0	2294,2
Луганська	2014,0	2520,2
Львівська	2962,5	3768,9
Миколаївська	2595,6	2742,6
Одеська	<b>6427,6</b>	<b>5707,7</b>
Полтавська	<b>4460,5</b>	<b>7792,5</b>
Рівненська	601,4	755,2
Сумська	1898,5	1756,4
Тернопільська	1308,1	1169,5
Харківська	<b>5958,6</b>	<b>7705,9</b>
Херсонська	1511,5	1228,1
Хмельницька	1081,6	1509,2
Черкаська	2212,9	2738,3
Чернівецька	459,8	493,6
Чернігівська	1111,3	2374,6
м. Київ	<b>60473,8</b>	<b>80523,1</b>
м. Севастополь	728,5	658,8

Позитивні показники фінансової результативності регіону відповідно дають змогу збільшувати власні капітальні інвестиції, за якими також значно посилюється диференціація регіонів. Аналіз інших соціально-економічних показників, представлених у *табл. 4*, дає аналогічні результати та підтверджує розбалансований розвиток окремих регіонів України.

Таким чином, у 2010 році диспропорції в економічному розвитку регіонів досягли загрозливих величин. Наприклад, розмір середньомісячної заробітної плати у Донецькій області у 1,5 раза вищий, ніж у Тернопільській області. Тим часом, як показує світовий досвід, коли межа відмінності міжрегіональних рівнів становить 30 – 50 пунктів, виникає соціально-політичне напруження, починається неконтрольована міграція населення, відстаючі регіони фактично втрачають будь-які можливості для розвитку, адже позбуваються чи не єдиного свого економічного ресурсу – робочої сили.

Значна неоднорідність спостерігається за територіальним розподілом інвестицій в основний капітал та прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в національну економіку, які спрямовуються, як правило, у більш економічно розвинені регіони. Так, понад 75% обсягу ПІІ припадає на 4 (м. Київ, Дніпропетровська, Харківська, Донецька області) із 27 регіонів. Загалом по країні обсяг ПІІ в розрахунку на одного мешканця складає 873,1 дол. США, при цьому, якщо у Києві та Дніпропетровській області цей показник складає 7031,9 та 2098,5 дол. США відповідно, то в Тернопільській, Кіровоградській, Чернівецькій, Чернігівській, Вінницькій, Хмельницькій, Херсонській, Житомирській, Миколаївській та Черкаській областях він нижчий, ніж 200 дол. США.

Усе це свідчить про розбалансований і диспропорційний характер регіонального розвитку в Україні, який особливо загострився після світової фінансово-економічної кризи 2008 – 2009 рр. Проте, як свідчить досвід ЄС, політика фінансового стимулювання відста-

Аналіз соціально-економічних показників розвитку регіонів України, 2010 рік [1]

Регіони України	Доходи населення за регіонами України, млн грн	Середньомісячна заробітна плата, грн	Рівень безробіття	Оборот роздрібною торгівлі за січень – грудень 2010 р., млн грн	Обсяги прямих іноземних інвестицій (на початок 2011 року), млн дол. США	Прямі іноземні інвестиції в регіони України на одну особу, дол. США	Інвестиції в основний капітал (у фактичних цінах), млн грн
<b>Україна</b>	<b>1101015</b>	<b>2239</b>	<b>8,1</b>	<b>529883,2</b>	<b>44708,0</b>	<b>873,1</b>	<b>150666,5</b>
АРК	39282	1991	6,2	22262,6	815,6	367	6780,9
Вінницька	33448	1782	10,0	14512,0	212,5	112	3754,2
Волинська	19194	1692	8,5	10091,4	344,1	321,6	1740,1
Дніпропетровська	88980	2369	7,1	41101,0	7486,7	2098,5	12569,5
Донецька	118554	2549	8,4	52180,9	2061,5	366,1	11072,4
Житомирська	25957	1785	9,8	11207,3	246,8	184,4	3019,1
Закарпатська	20812	1846	8,7	10966,2	362,6	293	2170
Запорізька	45379	2187	7,5	23265,7	939,9	504,6	7336,4
Івано-Франківська	26537	1927	8,2	13513,7	542,6	460,8	42624
Київська	42338	2295	7,3	20080,7	1603	887,4	11262,5
Кіровоградська	20069	1815	8,9	9042,6	65,5	81,3	2440,2
Луганська	51523	2271	7,2	22606,6	630,8	275	4705,4
Львівська	55162	1941	7,8	25043,9	1273,8	473,2	8060,8
Миколаївська	25724	2122	8,4	12464,6	181,2	136,5	3775,4
Одеська	52828	2046	6,1	31184,5	1124,9	437,7	8008,9
Полтавська	34548	2102	9,7	14490,6	531,5	301	7317
Рівненська	22170	1960	11,4	9949,8	304,4	267,4	2316,3
Сумська	24693	1866	10,6	9808,4	357,6	207,1	2222,8
Тернопільська	19399	1659	10,5	8790,9	65,1	61,1	2109,4
Харківська	67377	2060	7,2	38297,7	2705,4	754,6	7301,4
Херсонська	20776	1733	8,6	11583,7	202,8	180,3	1683,8
Хмельницька	26699	1786	8,6	12384,8	183,5	164,5	2912,1
Черкаська	25886	1835	9,9	12688,1	287	171,6	2797,4
Чернівецька	15911	1772	8,5	7906,3	62,3	68,6	1817,2
Чернігівська	23021	1711	10,5	10040,6	94,9	80,2	1756,2
м. Київ	145798	3431	5,8	68411,1	21859,2	7031,9	25821,5
м. Севастополь	8950	2167	6,0	6007,5	162,8	419,9	1653,2

ючих регіонів і територій, що спрямована на зменшення регіональних відмінностей, визнана неефективною. Експерти та вчені стверджують, що політика регіонального розвитку створює середовище для соціально-економічного зростання регіонів на основі ефективного використання ресурсів, потенціалу й потужностей. Отже, політика регіонального розвитку повинна враховувати типологію регіонів і передбачати надання підтримки й допомоги в ефективному поєднанні підходів до регіонального розвитку, пов'язаних із поліцентричним і орієнтованим на полюси зростання аспектом, та зворотної стимуляції міст на периферії [2].

Успішними стають ті регіони, які вдало розвивають власну внутрішню спроможність і поліпшують ті внутрішні умови (повноваження, спроможність, компе-

тенції та напрямки діяльності, які офіційно чи практично можуть здійснюватися місцевими або регіональними зацікавленими сторонами), які впливають на інвестиції та підтримують їх. Ця спроможність та умови часто пов'язані з тим, як саме регіон визнає та розв'язує свої проблеми, як він намагається розв'язувати їх та використовувати доступні можливості, наприклад, у сфері освіти та навчання, маломасштабного розвитку, вдосконалення іміджу та маркетингу регіону [3].

Очевидно, що існуюча державна регіональна політика України є не ефективною, її інструменти не приносять реального зростання власних фінансових можливостей регіонів. Отже, Україні потрібна нова державна регіональна політика, яка б дала змогу мінімізувати ризики від нинішніх глобальних викликів; перетворити

регіональні відмінності у нові можливості для успішності держави; забезпечити високий рівень якості життя людини, незалежно від місця її проживання, через забезпечення територіально цілісного та збалансованого розвитку України, інтеграції регіонів в єдиному політичному, правовому, інформаційному та культурному просторі, максимально повного використання їх потенціалу з урахуванням природних, економічних, історичних, культурних, соціальних та інших особливостей.

Кроком у цьому напрямі було розроблення Міністерством регіонального розвитку та будівництва України за дорученням Кабінету Міністрів України та схвалення Урядом 4 липня 2008 року Концепції державної регіональної політики, що є основою для ухвалення нормативно-правових актів України, необхідних для її реалізації. Особливістю цієї Концепції є новий алгоритм розроблення політики: аналіз викликів – ідентифікація проблем – визначення пріоритетів – вироблення інструментів політики – розроблення стратегій, програм, проєктів, заходів – втілення їх на рівні держави та регіонів – моніторинг виконання заходів, одержання результатів та досягнення впливу – розроблення на цій основі державного реагування – впровадження заходів державного реагування [4].

## ВИСНОВКИ

З огляду на це, невідкладними діями держави у цьому напрямку є прийняття Закону про засади державної регіональної політики в Україні. Важливими ланками здійснення нової ефективної державної регіональної політики є визначення стратегічних пріоритетів розвитку регіону з урахуванням потенціалу внутрішнього ринку та максимізації використання переваг міжрегіонально та міжнародного співробітництва регіонів; утворення

регіональних «точок зростання» економіки та розробка дієвих інструментів їх розкриття й стимулювання. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Статистична інформація [Електронний ресурс]. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт.– Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Регіональний розвиток в Європейському союзі: уроки для України. [Електронний ресурс].– Режим доступу: [www.ssr.org.ua/index.php?lang=ukr](http://www.ssr.org.ua/index.php?lang=ukr)

3. Регіональна політика: правове регулювання. Світовий та український досвід / Василь Куйбіда, Анатолій Ткачук, Тетяна Забуковець-Ковачич; за заг. ред. Р. Ткачука.– К.: Леста, 2010.– 224 с.

4. Закон Верховної Ради від 08.09.2005 № 2850-IV «Про стимулювання розвитку регіонів» // Відомості Верховної Ради України.– 2005.– 15 січня.– № 2.– С. 8.

5. Дeyнека О. Г. Регіональний аспект диспропорцій соціально-економічного розвитку України // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики.– 2009.– № 1(5). [Електронний ресурс].– Режим доступу : [www.nbu.gov.ua/portal/.../Deyneka.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/.../Deyneka.pdf)

6. Долішній М. І., Злупко С. М., Вовканич С. Й. Регіональна політика та механізми її реалізації / за ред. М. І. Долішнього.– К.: Наукова думка, 2004.

7. Біла С. Інституційні засади державного регулювання розвитку депресивних територій / С. Біла // Аналітична записка відділу стратегій управління регіональним розвитком Національного інституту стратегічних досліджень, липень 2009. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Monitor/june2009/9.htm>

8. Стратегії розвитку регіонів: шляхи забезпечення дієвості. Збірник матеріалів «круглого столу» / За ред. С. О. Білої.– К.: НІСД, 2011.– 88 с.

## ІНТЕГРАЛЬНА ОЦІНКА СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

САВКІВ У. С.

Івано-Франківськ

**В**ажливою проблемою на шляху втілення концепції сталого розвитку є формування системи вимірів – індексів та індикаторів для кількісного і якісного оцінювання цього дуже складного процесу. Головні вимоги до зазначеної системи вимірів – її інформаційна повнота та адекватність представлення взаємопов'язаної тріади складових сталого розвитку.

Аналіз вітчизняної та міжнародної практики обчислення індексів та індикаторів сталого розвитку [1 – 4] показав, що проблема розробки системи вимірів сталого розвитку ще далека від вирішення, хоча вже є запропоновані проекти індикаторів для систем різних масштабів: глобального, регіонального, національного, локального, галузевого, навіть для окремих населених пунктів

і підприємств. Однак поки що ці розробки носять дослідницький характер.

*Метою* даної статті є обчислення індексів сталого розвитку та його складових – економічної, соціальної та екологічної на основі використання методу таксономії.

У наш час характерні два напрямки обчислення індексів та індикаторів сталого розвитку: з одного боку, пропонуються нові часткові і спеціальні індикатори, причому їх кількість безперервно зростає; а з іншого боку, робляться спроби пошуку інтегральних показників і навіть єдиного індикатора. Узагальнено класифікувати підходи до інтегральної оцінки сталого розвитку регіону можна таким чином [1 – 5]:

1) математичними способами агрегування (середнє арифметичне, сума, середнє геометричне (зважене), метод відстаней, таксономічний метод);

2) на основі баз порівняння (еталони, максимальне (мінімальне) значення, середнє за вибіркою, попередній період порівняння, нормативне значення);

3) способом агрегування (без врахування значень окремих показників, з урахуванням значень окремих показників, статистичні методи, експертні оцінки);

4) за значеннями показників (абсолютні (вартісні, натуральні), рейтинги, бали, відносні, коефіцієнти).

У загальному випадку конструювання інтегральної оцінки передбачає виконання таких етапів [4]:

- ✦ формування ознакової множини;
- ✦ вибір способу стандартизації показників;
- ✦ обґрунтування функції вагових коефіцієнтів;
- ✦ визначення процедури агрегування показників.

Пропонована в роботі методика інтегральної оцінки сталого розвитку та його складових заснована на методі таксономії [5], що включає такі кроки (рис. 1).

До класу стимуляторів включаються показники, зростання значень яких свідчить про поліпшення стану сталого розвитку. Показники-дестимулятори мають зворотну властивість.

Результатом цього кроку є набір матриць стандартизованих значень показників кожної групи  $Z_1, Z_2, \dots, Z_q$ . Така стандартизація дає змогу позбутись одиниць вимірювання, але водночас відбувається вирівнювання середніх і дисперсій: для кожної ознаки  $\bar{z} = 0$ , а діапазон варіації  $z_{ij}$  згідно з правилом «трьох сигм» – від  $-3$  до  $+3$ .

При розрахунку інтегральної оцінки використовують стандартний діапазон варіації для всіх ознак на одному і тому самому рівні. Наприклад, на рівні двох стандартних відхилень (від  $-2$  до  $+2$ ). Відстань між верх-

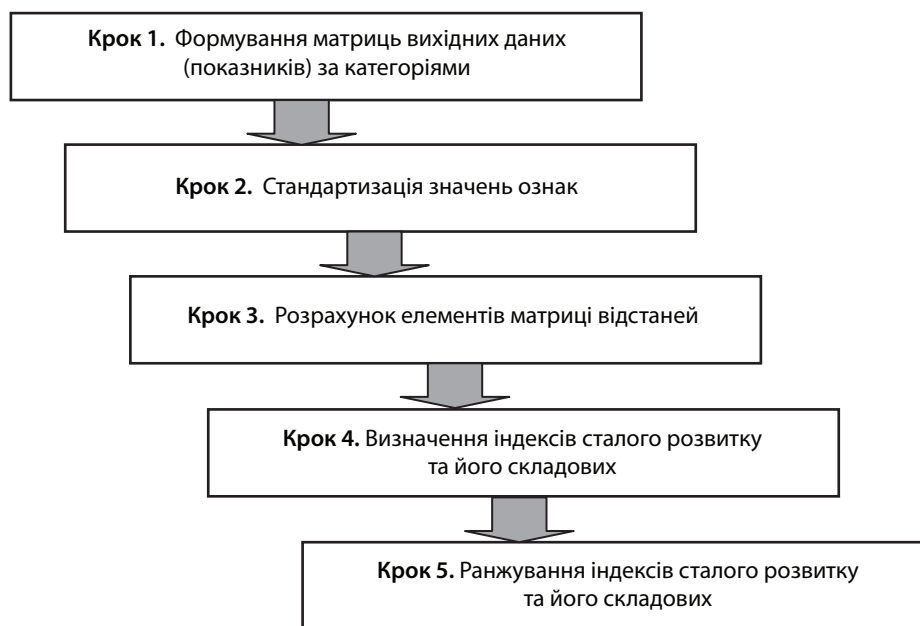


Рис. 1. Схема взаємозв'язку кроків методики кількісної оцінки сталого розвитку та його складових

На першому кроці пропонованої методики формуються матриці вихідних даних по кожній групі показників сталого розвитку  $Y_1, Y_2, \dots, Y_q$ , де  $q$  – число груп показників. Для  $k$ -тої групи показників структура цієї матриці може бути визначена в такий спосіб:  $Y_k = (y_{ij})_{k \times n}$ ,  $i = [1; m]$ ,  $j = [1; n]$ , де  $y_{ij}$  – значення  $i$ -го показника в  $j$ -му досліджуваному періоді;  $m$  – число показників, що входять у  $k$ -ту групу;  $n$  – число досліджуваних періодів.

Оскільки показники виражені в абсолютних і відносних величинах, а також мають різні одиниці виміру, різну спрямованість, то на другому кроці їх поділяють на стимулятори і дестимулятори та здійснюють процедуру стандартизації за формулою [4]:

$$\text{для стимуляторів } z_{ij} = \frac{y_{ij} - \bar{y}_i}{S_i},$$

$$\text{для дестимуляторів } z_{ij} = \frac{\bar{y}_i - y_{ij}}{S_i},$$

де  $z_{ij}$  – стандартизоване значення  $i$ -го показника в  $j$ -му досліджуваному періоді;

$\bar{y}_i$  – середнє арифметичне значення  $i$ -го показника;

$S_i$  – стандартне відхилення  $i$ -го показника.

нюю (+2) та нижньою ( $-2$ ) точками діапазону у багатовимірному просторі становить [4]:

$$|C| = 2z_0 \sqrt{m},$$

де  $z_0$  – точка, взята за базу порівняння.

Описані обчислювальні процедури є основою для розрахунку матриць відстаней  $P_{10}, P_{20}, \dots, P_{q0}$ , елементи яких відображають ступінь близькості показників до бази порівняння. Як міра відстані використовується Евклідова відстань, що визначається за такою формулою [5]:

$$P_{j0} = \sqrt{\sum_{i=1}^m (z_{ij} - z_0)^2},$$

де  $P_{j0}$  – відстань між  $j$ -им показником групи і базою порівняння  $z_0$ ;

$z_{ip}, z_{jl}$  – стандартизовані значення  $i$ -го та  $j$ -го показників групи в періоді  $l$ .

На четвертому кроці отримані відстані використовуються для розрахунку таксономічного показника сталого розвитку та його складових:

$$G_j = \frac{C_{j0}}{|C|}.$$



Отриманий показник має нормований діапазон зміни [0; 1]. Ранжування його значень та якісна інтерпретація отриманих діапазонів зміни цих значень здійснюється на заключному кроці методики.

Для обґрунтування діапазонів зміни інтегрально показника сталого розвитку та його складових запропоновано використовувати шкалу Харрінгтона, що базується на припущенні про нерівномірний закон розподілу критерію і формуванні діапазонів його зміни таким чином, щоб ймовірність попадання критерію в кожен з них була однаковою. Шкала Харрінгтона має такий вигляд (табл. 1).

Таблиця 1

Шкала Харрінгтона [2]

Якісна оцінка інтегрального показника	Висока	Середня	Низька
Кількісні значення інтегрального показника	[0,64; 1]	[0,36; 0,64]	[0,00; 0,36]

Як видно з табл. 1, «низькій» і «високій» оцінкам відповідає інтервал довжиною 0,36, «середній» – інтервал довжиною 0,28. З метою усунення невизначеності щодо належності критерію до того чи іншого інтервалу значення інтегрального показника повинні бути округлені до третього десяткового знака.

Відповідно до методики, наведеної на рис. 1, на першому кроці сформована система показників, що характеризують основні складові сталого розвитку: економічний розвиток, соціальний розвиток та екологічну безпеку (табл. 2). При цьому для розрахунку інтегральної оцінки, як було вказано в описі методики, визначено характер впливу кожного показника сталого розвитку.

Кроки 2 – 4 запропонованої методики реалізовано за допомогою табличного процесора Excel. У результаті отримано інтегральну оцінку кожної із складових сталого розвитку (рис. 2).

Як видно з даного рисунку, позитивну динаміку за розглянутий період мали економічна та соціальна скла-

дові, які й мають пріоритетну вагу в розроблених Стратегіях розвитку кожної з областей Карпатського регіону. Щодо екологічної складової, то, декларуючи області Карпатського регіону як найбезпечніші для проживання [6 – 9], влада забуває про їх екологічну вразливість.

Незважаючи на те, що екологічна ситуація в областях характеризується відносною стабілізацією показників техногенного навантаження на навколишнє природне середовище, протягом останніх років зростає тенденція до збільшення викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря як стаціонарними джерелами забруднення, так і пересувними.

Поводження з побутовими відходами на території області набирає ознак загрозового характеру. Це результат цілого комплексу проблем, пов'язаного з безвідповідальним й безгосподарним поведінням з твердими побутовими відходами та, насамперед, недостатньою екологічною культурою. Вирішення проблеми поведіння з побутовими відходами є організація централізованого збору сміття у всіх населених пунктах області, поступове зменшення кількості сміттєзвалищ та їх модернізація. Кардинальним шляхом вирішення цієї проблеми повинна бути рециклізація, тобто вторинна переробка відходів. З цією метою необхідно створити відповідні умови для залучення інвесторів з метою будівництва сміттєпереробних підприємств.

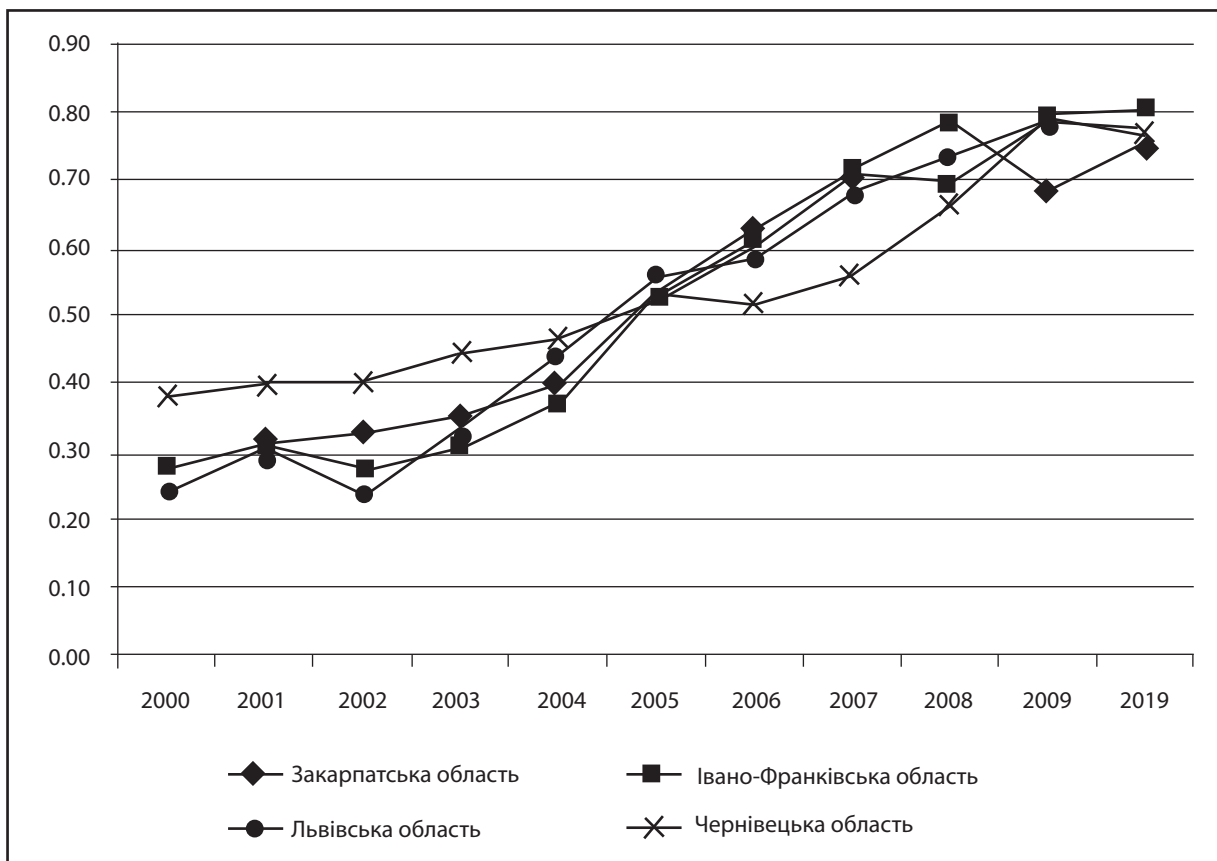
Для обґрунтування діапазонів зміни інтегрального показника сталого розвитку та його складових у відповідності із наведеною методикою запропоновано використовувати таку шкалу значень, що дозволяє дати якісну інтерпретацію рівня сталого розвитку РС (табл. 3).

Як видно з табл. 3, стабільна ситуація нестійкого стану характерна для Закарпатської та Івано-Франківської областей у зв'язку з порушеннями на стадіях реалізації стратегій сталого розвитку, задекларованих в [6 – 9]. Це частково пояснюється відсутністю в даних Стратегіях детальної характеристики заходів, пов'язаних з реалізацією даних документів та відповідальних виконавців. Крім того, у Стратегії [6] відсутні механізми реалізації стратегічного планування.

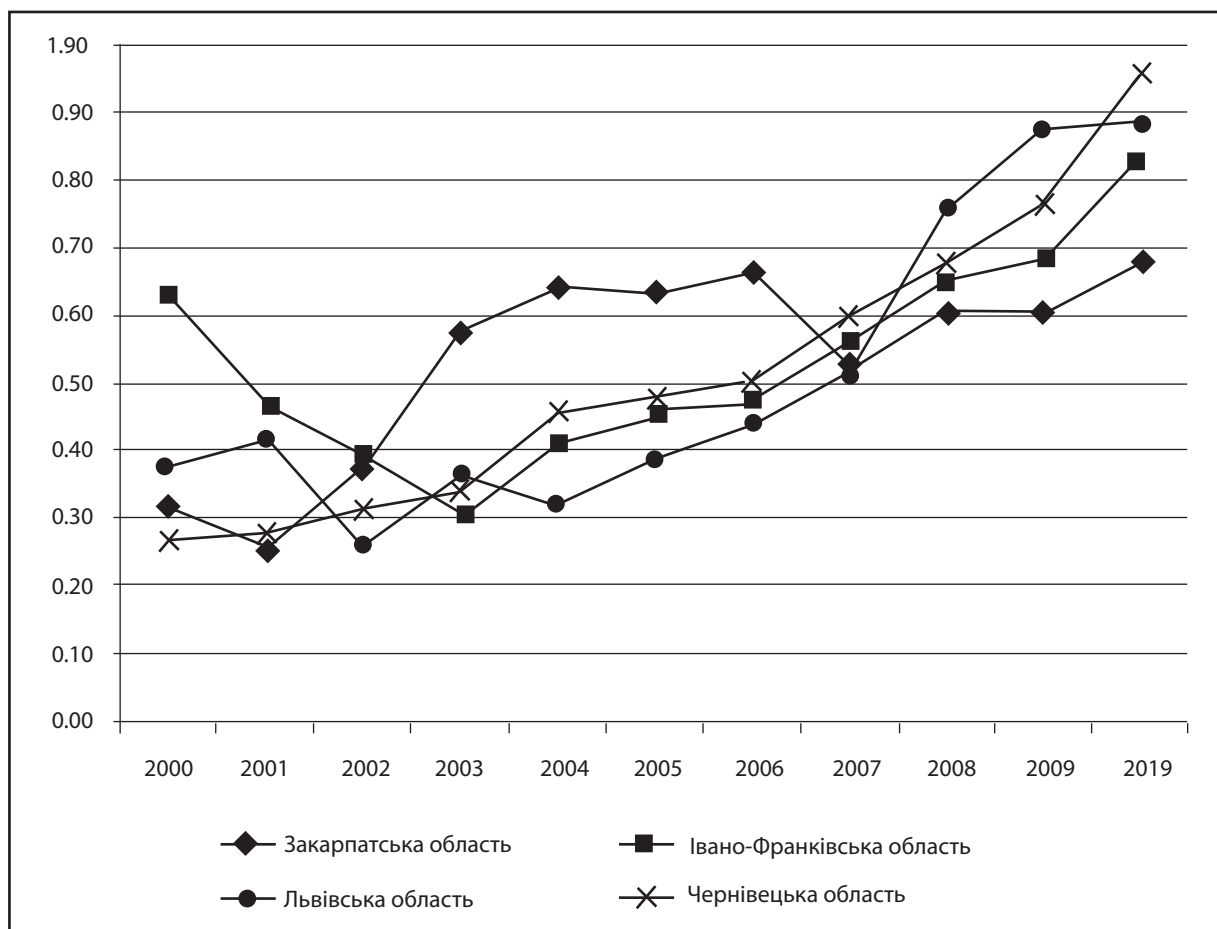
Таблиця 2

Класифікація показників

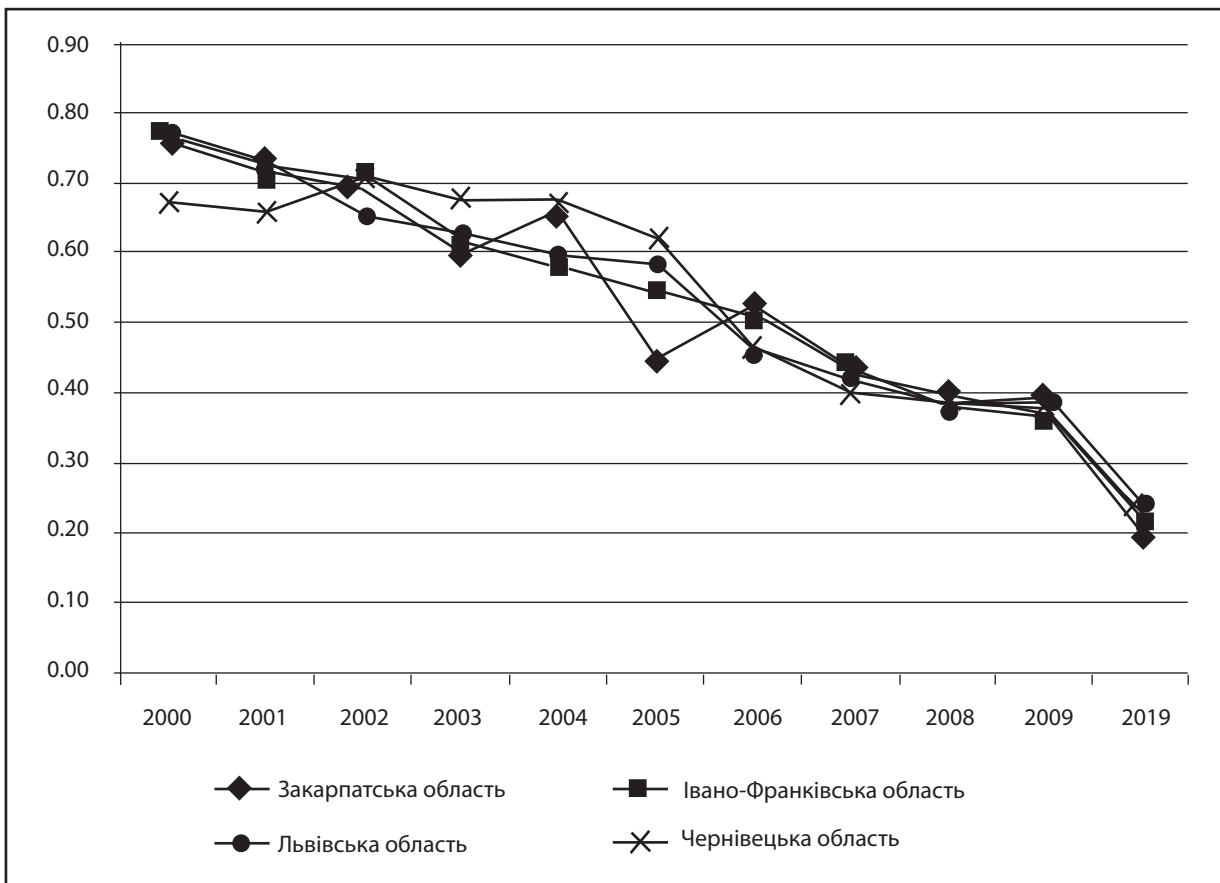
Категорія	Показник	Класифікація
Економічний розвиток	Обсяг науково дослідних та науково-технічних робіт	Стимулятор
	Обсяг прямих іноземних інвестицій	Стимулятор
	Частка обробної галузі в обсягах реалізації промислової продукції	Стимулятор
Соціальний розвиток	Доходи в розрахунку на одну особу	Стимулятор
	Рівень зайнятості населення	Стимулятор
	Середня очікувана при народженні тривалість життя	Стимулятор
Охорона навколишнього природного середовища та раціонального використання природних ресурсів	Площа сільськогосподарських угідь	Стимулятор
	Обсяги викидів нестаціонарними джерелами в атмосферу	Дестимулятор
	Наявність промислових відходів в сховищах організованого складування та на території підприємств	Дестимулятор



а) економічний розвиток



б) соціальний розвиток



в) екологічна безпека

Рис. 2. Інтегральна оцінка кожної зі складових сталого розвитку

Схожа динаміка притаманна й іншим двом областям (Львівській та Чернівецькій) у 2000 – 2008 рр. Проте відповідне коригування даних регіональних Стратегій у процесі їх реалізації дозволило даним регіонам вийти на стійкий рівень розвитку у 2009 році (Львівська обл.) та у 2009 – 2010 рр. (Чернівецька обл.).

Аналіз рис. 3 дає підстави для висновку про подолання нестійких тенденцій і можливості часткової локалізації загроз нестійкого розвитку даних областей.

Це дозволяє зробити висновок про те, що для ґрунтовного аналізу сталого розвитку РС необхідно досліджувати не тільки його складові, але й інституціональні характеристики втілення Стратегій сталого розвитку в життя з метою оцінювання їх потенціалу щодо підтримання сформованих позитивних тенденцій процесів сталого функціонування.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, результатом запропонованої методики є інтегральна оцінка сталого розвитку та його складових, яка дозволяє оперативно оцінити динаміку розвитку РС без втрати значимої для прийняття управлінських рішень інформації. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Моделирование устойчивого развития регионов : Монография / Под общей ред. Кизима Н. А.– Х.: «ИНЖЭК», 2010.– 180 с.

2. Бобылев С. Н. Индикаторы устойчивого развития России / С. Н. Бобылев, П. А. Макеенко.– М.: ЦПР, 2001.– 220 с.

3. Бобрышов А. М. Надёжность в экономических решениях: Показатели и методы измерения / А. М. Бобрышов.– СПб.: Институт социально-экономических проблем, 1997.– 170 с.

4. Єріна А.М. Статистичне моделювання та прогнозування / А. М. Єріна; [Навч. посібник].– К.: КНЕУ, 2001.– 170 с.

5. Плюта В. Сравнительный многомерный анализ в экономических исследованиях / В. Плюта.– М.: Статистика, 1980.– 143 с.

6. Стратегія економічного та соціального розвитку територій Івано-Франківської області до 2015 року [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

7. Стратегія розвитку Львівської області до 2015 року [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

8. Стратегія економічного та соціального розвитку територій Закарпатської області до 2015 року [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

9. Стратегія економічного та соціального розвитку територій Чернівецької області до 2015 року [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua>

Шкала значень інтегрального показника розвитку РС

Назва класу	Характеристика класу	Роки ситуацій, що ввійшли в клас				Діапазон зміни інтегрального показника сталого розвитку
		Закарпатська область	Івано-Франківська область	Львівська область	Чернівецька область	
Стійкий стан РС	Для цього класу ситуацій характерні високі значення економічного розвитку, соціального розвитку та охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання природних ресурсів, що відображають високий рівень ефективності інституційних перетворень, здійснюваних в регіоні	-	-	2009	2009 – 2010	[0,64; 1,00]
Нестійкий стан РС	Цей клас характеризується несприятливими змінами в співвідношеннях економічного розвитку, соціального розвитку та охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання природних ресурсів. Тобто спостерігаються порушення на стадіях реалізації стратегій сталого розвитку, задекларованих в [10 – 13]	2000 – 2010	2000 – 2010	2000 – 2008, 2010	2000 – 2008	[0,36; 0,64]
Кризовий стан РС	Для цього класу характерна незбалансована за термінами сталого функціонування структура економічного розвитку, соціального розвитку та охорони навколишнього природного середовища та раціонального використання природних ресурсів. Тобто спостерігаються порушення пропорцій на всіх стадіях стратегічного планування в регіоні	-	-	-	-	[0,00; 0,36]

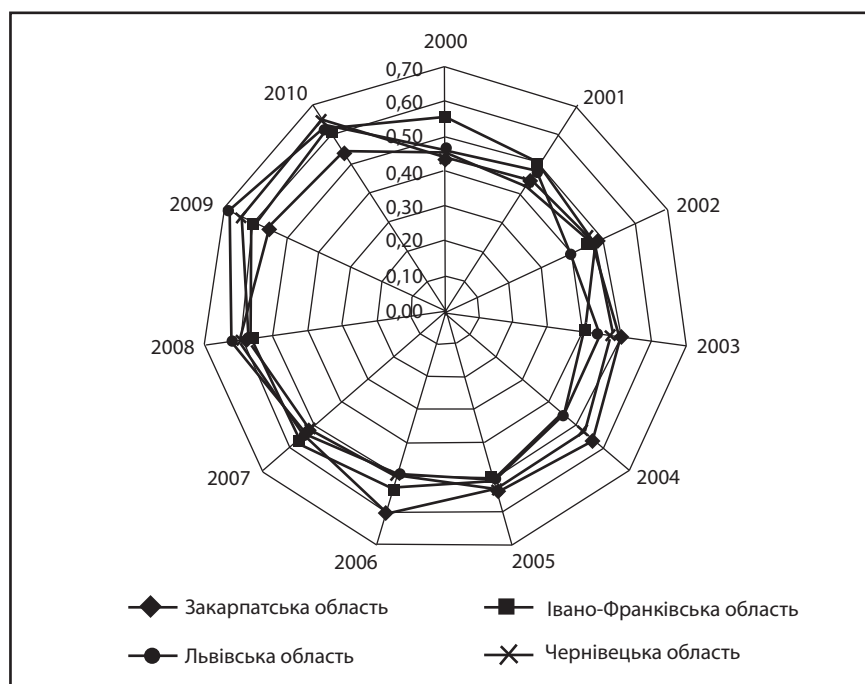


Рис. 3. Інтегральна оцінка сталого розвитку

# ПРОБЛЕМИ І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ПІДДУБНА Л. І.

доктор економічних наук

ШЕСТАКОВА О. А.

аспірантка

Харків

**П**роблема нарощування експортного потенціалу машинобудівного комплексу Харківської області України є однією з найактуальніших у площині низької якості включення регіону в систему світогосподарських зв'язків, погіршення технологічної структури машинобудівного експорту та тенденції перетворення регіону в нетто-імпортера машинобудівної продукції. Розв'язання цієї проблеми вимагає детального аналізу причин і факторів, що обумовлюють тенденцію зниження конкурентності машинобудівного сектора області та погіршення його технологічної структури.

Науковій розробці проблем розвитку експортного потенціалу країн, регіонів і підприємств присвячена значна кількість наукових праць вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед фундаментальних праць, в яких з урахуванням світового досвіду обґрунтовуються стратегії нарощування експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності регіонів трансформаційних економік, є колективні монографії науковців НАН України [1] та Російської федерації [2]. Однак, незважаючи на існуючий науковий доробок, проблема розширення аналітичної бази експортної політики регіону, зокрема, у контексті машинобудівного комплексу області, що значною мірою визначає стратегію економічного розвитку України, є актуальною в науковому і прикладному аспектах.

Метою статті є системний аналіз причин і факторів, що обумовлюють зниження конкурентності машинобудівного експорту Харківської області України та обґрунтування положень і рекомендацій щодо його розвитку в контексті сучасної парадигми конкурентоспроможності регіону.

Процеси глобалізації істотно змінюють моделі функціонування національних економічних систем, що включають як вертикальні («центр – регіони»), так і горизонтальні («регіон – регіон») рівні взаємодії. Ці зміни пов'язані з перетворенням регіонів в економічних агентів, які володіють потенціалом зовнішньоекономічної взаємодії та конкурентними ресурсами, що визначають їх можливості та конкурентоспроможність як суб'єктів світогосподарських зв'язків.

Як адміністративно-територіальне утворення України і суб'єкт ринкових відносин Харківська область володіє низкою конкурентних переваг, що формують підґрунтя для її експорторієнтованого розвитку та актив-

ного включення в систему світогосподарських зв'язків. Ці переваги визначаються як потужним промисловим і науково-технічним потенціалом зі спеціалізацією в енергетичному і транспортному машинобудуванні, аерокосмічній, фармацевтичній, деревообробній промисловості та виробництві продукції військово-технічного призначення, так і наявністю розвинутої мережі науково-дослідних установ, організацій і закладів вищої освіти. Позитивними факторами нарощування конкурентного потенціалу є сприятливі природно-ресурсні умови, наявність висококваліфікованої робочої сили та вигідне транспортно-географічне положення області.

Головний ресурс розвитку, що визначає конкурентний потенціал регіону, сконцентрований в машинобудівному комплексі, який виготовляє ліву частину вітчизняного енергетичного, транспортного, тракторного та сільськогосподарського машинобудування, виробів електротехніки та приладів. Ефективність використання цього ресурсу значною мірою визначається станом зовнішньоекономічних зв'язків області, найважливішим індикатором якості яких є структура зовнішньої торгівлі машинобудівною продукцією.

**С**труктура зовнішньої торгівлі Харківської області, яка була обумовлена її спеціалізацією в машинобудівному комплексі колишнього СРСР, за часи незалежності України не зазнала істотних змін: на початок 2011 р. 48% експорту складає продукція машинобудування. Проте експортний потенціал провідних машинобудівних підприємств області залишається слабо диверсифікованим і майже вичерпаним, а отже, без нових інвестицій і технологічних змін нездатний забезпечити усталений розвиток експорту області.

Ключова проблема зовнішньоекономічних зв'язків та конкурентоспроможності Харківської області пов'язана із її перетворенням упродовж останнього десятиріччя у нетто-імпортера зарубіжної продукції із від'ємним сальдо експортно-імпортних операцій (табл. 1).

Найбільший «внесок» у формування від'ємного сальдо торговельних операцій області зумовлений випередженим зростанням обсягів імпорту машино-технічної продукції розвинених країн і низьким коефіцієнтом покриття імпорту експортом, який у торгівлі з країнами ЄС упродовж останніх років не перевищує 0,1 – 0,2 (табл. 2).

Звужені експортні можливості підприємств області в освоєнні ринків машинотехнічної продукції країн ЄС визначаються, насамперед, їх технологічним відставанням від конкурентів розвинених країн. Ці труднощі доповнюються модифікацією самих критеріїв конкурентоспроможності, коли такі характеристики виробів, як технологічна новизна, якість, надійність, екологічність відтісняють на другий план роль ціно-

вого чиннику. В експорті Харківської області домінує продукція, вироблена за технологіями III і IV технологічних укладів, а питома вага продукції, виробленої за технологіями п'ятого технологічного укладу, не перевищує 5% (табл. 3).

87 – за кодами УКТЗЕД) припадає 86,4% усього експорту машино-технічної продукції області, а на перші дві групи (84 і 85) припадає майже 70% машинотехнічного експорту області (рис. 1).

Таблиця 1

Показники зовнішньої торгівлі Харківської області у 2005 – 2010 рр.\*

Показник	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Експорт товарів (млн дол. США)	771,5	888,6	1147,3	1551,6	1307,1	1433,2
Імпорт товарів (млн дол. США)	1572,0	1936,2	2233,4	2480,2	1451,0	1834,1
Сальдо експортно- імпорتنих операцій (млн дол. США)	-849,5	-1048,6	-1141,1	-928,6	-143,9	-400,9

Джерело: складено авторами за [3 – 4].

Таблиця 2

Сальдо експортно-імпорتنих операцій підприємств машинобудування Харківської області у 2005 – 2010 рр. (млн дол. США)\*

Країна	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010-
Сальдо торгівлі продукцією машинобудування						
Російська Федерація	+69,2	+112,4	+134,9	+182,4	+268,5	+302,1
Країни, що розвиваються	+19,4	+23,1	+26,2	+36,8	+42,4	+56,9
Країни ЄС	-309,0	-563,5	-472,2	-496,5	-52,9	-112,4
Коефіцієнт покриття імпорту експортом у торгівлі продукцією машинобудування						
Російська Федерація	1,14	1,20	1,37	1,39	1,44	1,31
Країни, що розвиваються	4,0	6,2	6,4	8,4	6,7	6,2
Країни ЄС	0,18	0,12	0,10	0,09	0,17	0,14

Джерело: складено авторами за [3 – 4].

Таблиця 3

Структура машинобудівного експорту Харківської області за технологічними укладами (2005 – 2010 рр.), %\*

№	Рівень технологічного укладу	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
1	Третій	27,7	26,7	30,0	22,3	21,8	20,9
2	Четвертий	68,4	70,2	65,8	72,9	73,6	74,8
3	П'ятий, у т. ч. ІТ-технології	3,9	3,1	4,2	4,8	4,6	4,3
		1,8	2,0	2,4	2,1	2,2	2,3
4	Шостий	-	-	-	-	-	-
	Разом	100	100	100	100	100	100

Джерело: складено авторами за [3 – 4].

Упродовж 2005 – 2010 рр. на підприємствах області понад 90% витрат спрямовувалися на розвиток технологій III і IV і лише 8% – V технологічного укладу. Низькою є частка експорту ІТ-технологій Харківської області (4,1% у 2010 р.). За цим показником вона суттєво відстає від конкурентів не тільки розвинених країн (20 – 30%), а й таких країн, як Росія, Китай, Малайзія, Бразилія, Мексика (10 – 20%).

Серйозною проблемою конкурентоспроможності Харківської області є високий рівень концентрації її експортного кошика: майже 80% сучасного машинобудівного експорту області складає продукція 10 – 12 підприємств. При цьому, на три товарні групи (котли, машини, апарати і механічні пристрої; машини і устаткування; наземні транспортні засоби, крім залізничних, – 84, 85,

Для переважної більшості експортоорієнтованих машинобудівних підприємств області рівень диверсифікації експорту не виходить за межі «вузького спектра» і не перевищує 2-3 продуктові групи, що свідчить як про обмеженість ресурсних чинників диверсифікації експорту, так і про інертність експортної політики підприємств. Вразливою залишається і географічна структура експорту машинобудівної продукції Харківської області (рис. 2).

Експортні можливості підприємств машинобудівного комплексу області пов'язуються переважно із ринками країн пострадянського простору та країн, що розвиваються. Відносно ринків розвинених країн є підстави стверджувати про тенденцію відносного їх витіснення із цих ринків.

Друге коло проблем розвитку експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності Харківської

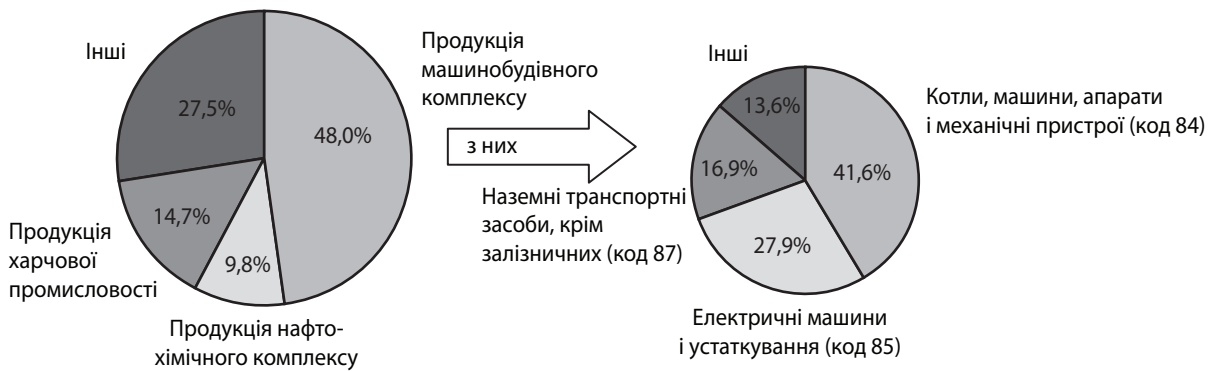


Рис. 1. Товарна структура експорту Харківської області (2010 р.)

області пов'язане із відсутністю ефективних організаційних форм координації та інфраструктурного забезпечення експортної діяльності. Поруч із потужними промисловими підприємствами і організаціями суб'єктами експортної діяльності є значна кількість середніх і дрібних посередників, для яких, як правило, відсутня координація дій, слабке знання кон'юнктури зовнішніх ринків, торговельних обмежень і правил СОТ, що зумовлює зниження ефективності експортних операцій.

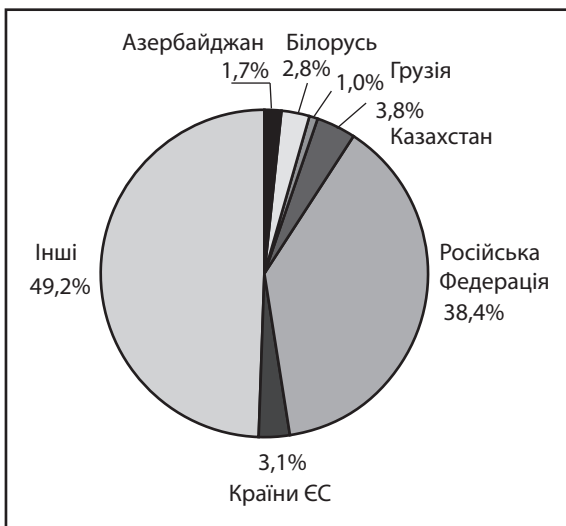


Рис. 2. Географічна структура експорту машинотехнічної продукції підприємств Харківської області (2010 р.)

Хоча Харківська область володіє потужним промисловим і природно-ресурсним потенціалом, розвиток якого потребує значних інвестицій, сферою діяльності переважної більшості створених на території області підприємств з іноземним капіталом є торгівля, банківська діяльність, посередництво, сфера послуг. Виграючи з точки зору поточних інтересів, область програє у стратегічному плані – з точки зору ефективної моделі інтеграції у систему світогосподарських зв'язків.

Істотною проблемою для розвитку експортної діяльності області є недостатня розвиненість інфраструктури, і зокрема, обмежена пропускна здатність прикордонної мережі як автомобільних, так і залізничних доріг, що знижує ефективність поставок навіть традиційних статей експорту області. В області відсутнє упоряд-

коване інформаційне забезпечення експортної діяльності. Більшість консалтингових фірм, що здійснюють інформаційно-аналітичні послуги, нездатні забезпечити споживачам оперативну, достовірну, повну й надійну інформацію щодо цільових сегментів світового ринку.

В умовах сучасних викликів глобалізації і міжнародної конкуренції проблема нарощування експортного потенціалу машинобудівних підприємств Харківської області набуває політико-стратегічного сенсу, а її розв'язання вимагає розширення аналітичної бази його розвитку. Підсумком значної аналітичної роботи науковців стала Стратегія соціально-економічного розвитку Харківської області до 2020 р., органічною складовою якої є Програма розвитку експортного потенціалу області та підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках до 2016 р. [5]. Програма включає комплекс організаційно-економічних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності області на основі підвищення якості експортних товарів і послуг, розвитку регіональної інфраструктури експорту, формування інноваційних експортоорієнтованих кластерних структур, розвитку міжнародної маркетингової діяльності та бізнес-менеджменту підприємств регіону. Загальний обсяг фінансових ресурсів для реалізації Програми складає 216,8 млн грн, при цьому пріоритет віддається розвитку експортного потенціалу та підвищенню конкурентоспроможності підприємств машинобудування Харківської області.

Проведений у перебігу розробки Програми аналіз проблем розвитку Харківської області у трансформаційний період виявив недостатню увагу регіональної влади до обґрунтування системних і структурних характеристик економіки області як цілісного експортоорієнтованого комплексу. Пропонований авторами методичний підхід до обґрунтування стратегічних сценаріїв розвитку експортного потенціалу машинобудівних підприємств області базується на синтезі фундаментальних положень теорії систем, концепції послідовної зміни технологічних укладів і принципів усталеного розвитку. У відповідності із цими положеннями і принципами пріоритетні напрямки розвитку експортного потенціалу підприємств області визначені у контексті формування таких його властивостей:

- ✦ гнучкості й адаптивності до змін середовища міжнародного бізнесу;

- ✦ якості й екологічності експортних товарів і послуг;
- ✦ технологічної прогресивності експорту у площині його відповідності новітнім технологічним укладам;
- ✦ екологічності експортної продукції;
- ✦ гуманістичності експортного потенціалу у контексті забезпечення соціально-культурних та інтелектуальних умов життєдіяльності в регіоні.

**П**ринципово важливим є підхід до уявлення структури експортного потенціалу області у вигляді усталеного ядра, що формують потужні експорто-орієнтовані підприємства машинобудування, та зони гнучкості, яку формують технологічно і організаційно пов'язані середні та дрібні підприємства із гнучкими технологіями та більш широкими продуктивними лініями експорту. Подібна двошарова структура експортного потенціалу є притаманною і для регіонів та економік розвинених країн.

Ключові положення Програми розвитку експортного потенціалу Харківської області базуються на концепції поляризованого розвитку, згідно з якою полюс зростання формується за рахунок ендогенних джерел ядра і зони гнучкості, а сприяння розвитку з боку регіональної влади виступає як екзогенний каталізатор і мультиплікатор поляризованого ефекту.

Реалізація Програми потребує радикального вдосконалення інфраструктурного забезпечення експортної діяльності машинобудівних підприємств області. У вирішенні цієї проблеми пропонується трикрокова модель формування інфраструктури експорту, що включає: створення регіональних механізмів його розвитку, підтримки та стимулювання. Механізм регіонального сприяння розвитку машинобудівного експорту передбачає активне застосування системи економічної дипломатії (формування системи партнерських стосунків між регіональною владою і бізнесом, розвиток транскордонного співробітництва із торговельно-економічними партнерами Харківської області тощо). Механізм регіональної підтримки експорту передбачає комплекс фінансово-кредитних, організаційних та інформаційно-консультативних важелів сприяння експорту.

Механізм стимулювання експорту формується на підставі надання підприємствам області консалтингових послуг, формування інноваційної інфраструктури експорту, покращання регуляторного бізнес-середовища та підготовки кадрів для міжнародного бізнес-менеджменту.

Реалізація Програми розвитку експортного потенціалу підприємств регіону актуалізує потребу створення координаційного органу, яким може бути регіональний логістичний центр інфраструктурного забезпечення експортної діяльності. Організаційно та функціонально регіональний логістичний центр являє собою цілісну систему ланцюгів (елементів), що охоплюють виробничу, ринкову, транспортну, інформаційно-аналітичну, соціально-побутову та соціально-духовну складові інфраструктурного забезпечення експорту.

Підсумком ефективного регіонально-корпоративного партнерства та використання нових управлінських технологій у реалізації Програми розвитку експортного потенціалу Харківської області має стати істотне підвищення конкурентного потенціалу її машинобудівного комплексу та зміцнення позицій області як суб'єкта сучасних конкурентних процесів.

## ВИСНОВКИ

Аналіз причин і факторів, що обумовлюють негативну тенденцію розвитку експортного потенціалу машинобудівного комплексу Харківської області дозволяє зробити такі висновки:

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств машинобудування значною мірою визначає усталеність розвитку, якості та ефективності включення економіки Харківської області у світогосподарські процеси і структури. Незважаючи на наявність основних і спеціалізованих факторів розвитку, ступінь реалізації конкурентного потенціалу області залишається низьким, а діюча індустріальна модель його розвитку не здатна забезпечити прорив до світового рівня конкурентоспроможності.

2. Ключова проблема зовнішньоекономічних зв'язків і конкурентоспроможності Харківської області пов'язана із тенденцією її перетворення у нет-то-імпортера зарубіжної продукції із від'ємним сальдо експортно-імпортних операцій. Ця тенденція зумовлюється випередженим зростанням обсягів імпорту машинотехнічної продукції розвинених країн та неефективною структурою експорту, в якому домінує продукція, вироблена за технологіями III – IV укладів з низьким рівнем технологічної новизни та наукоємності.

3. Серйозною проблемою конкурентоспроможності Харківської області є високий рівень концентрації її експортного кошика, в якому 80% складає продукція 10 – 12 підприємств, а на три товарні групи (84, 85, 87 – за кодами УКТЗЕД) припадає понад 87% усього машинотехнічного експорту підприємств, орієнтованого переважно на ринки країн пострадянського простору і країн, що розвиваються.

4. Істотною проблемою для підвищення конкурентоспроможності машинобудівного комплексу області є незадовільний стан інфраструктурного забезпечення експортної діяльності. Результатом значної аналітичної роботи науковців стала розробка Програми розвитку експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності області, в якій пріоритет віддається нарощуванню машинобудівного експорту та підвищенню його конкурентності. Принциповими теоретико-методичними новаціями у розробці цієї Програми є обґрунтування двошарової структури експортного потенціалу у формі усталеного ядра і зони гнучкості та формування системи ендогенних і екзогенних джерел розвитку, що охоплюють мікроекономічний рівень розвитку та регіональний рівень підтримки і стимулювання. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України: В 3 т.: Економіка знань – модернізацій



ний проект України. / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця, акад. НАН України В. П. Семиноженка, чл.-кор. НАН України Б. Є. Кваснюка.– Т. 1.– К. : Фенікс, 2007.– 544 с.

2. Конкурентоспособность регионов: теоретико-прикладные аспекты. Под ред. Ю. К. Перского, Н. Я. Калужной.– М. : ТЕИС, 2003.– 472 с.

3. Промисловість Харківської області у 2001 – 2007 роках / Статистичний збірник.– Х., 2008.– 260 с.

4. Харківська область у 2010 році (статистичний щорічник). Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Харківській області.– Харків, 2011.– 186 с.

5. Програма розвитку експортного потенціалу Харківської області та підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішніх ринках до 2016 року.– Харків, 2-11.– 46 с.

## КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ АР КРЫМ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

ХАИРОВА Э. А.

аспирантка

Симферополь

**В** современных экономических условиях, в связи с усилением глобализации и активизацией процессов регионализации, повышение конкурентоспособности национальных экономических систем и регионов становится приоритетной задачей экономического развития. Стратегическая концепция развития регионов Украины до 2015 г. предполагает создание благоприятных условий для повышения конкурентоспособности регионов, обеспечения их устойчивого развития на современной технологической основе, высокой производительности и занятости населения.

Проблемы обеспечения национальной и региональной конкурентоспособности на основе инновационной деятельности рассматривалась в работах многих отечественных, среди них: З. О. Адаманова, Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук, Н. Я. Петраков, С. В. Кортов, Д. Г. Лукьяненко, Н. Бекетова, В. Подколзина, А. Шабарова, Л. Шаховской.

*Цель статьи* – рассмотрение основных показателей, определяющих уровень развития инновационной деятельности АР Крым и соответственно его конкурентоспособность. Анализ инновационного развития региона позволяет оценить сложившуюся ситуацию, выявить основные тенденции в развитии инновационной деятельности субъектов хозяйствования в современных экономических условиях.

Мировой опыт свидетельствует о том, что промышленно развитые страны совершили свой прорыв на мировой рынок, прежде всего, через развитие инновационной деятельности и мобилизацию интеллектуальных ресурсов. В условиях глобальной экономической конкуренции главенствующие позиции занимают государства, обеспечивающие наиболее благоприятные

условия для инновационной деятельности и применяющие наиболее эффективные методы управления инновационными процессами. В этой связи главенствующим фактором конкурентоспособности региона и его стратегическим направлением развития является инновационное развитие. Согласно мнению Б. Санто, способность к инновационному развитию и использование новой технологии играют решающую роль с точки зрения конкурентоспособности страны. Развитая техника и технология, другими словами, удельный вес в экспорте наукоемких изделий и продуктов свидетельствует об уровне международной конкурентоспособности страны [5, с. 74 – 75].

Наиболее компетентным институтом в области оценивания национальной конкурентоспособности признан Всемирный экономический форум (ВЭФ), результаты исследования которого ежегодно публикуются в Отчете Глобальной Конкурентоспособности стран мира. В рейтинге конкурентоспособности стран за 2011 – 2012 гг. Украина заняла 82 место, улучшив позиции по сравнению с предыдущим годом на 2 пункта [7]. Согласно отчету о конкурентоспособности Украины за 2010 г., подготовленному Фондом Эффективного Управления, в соответствии с методологией Всемирного экономического форума, АР Крым в международном сравнении занимает 72 место, следовательно, конкурентоспособность АР Крыма выше конкурентоспособности Украины. В соответствии с региональным рейтингом конкурентоспособности Украины за 2009 – 2010 гг. АР Крым занимает 5 место с индексом 4,06 балла, выше среднего показателя конкурентоспособности регионов Украины (3,97) [6]. Однако, согласно проанализированным данным, стратегию развития АР Крым необходимо направить на активизацию конкурентных преимуществ региона вследствие интенсификации инновационной деятельности.

Согласно оценки международных экспертов, Украина имеет низкие показатели инновационной активности. Уровень инновационной активности промышлен-

ных предприятий развитых стран составляет порядка 25 – 30%. В соответствии со статистическими данными за 2009 г. в АР Крым одно из одиннадцати промышленных предприятий было инновационно активно, тогда как в Европейских странах – каждое второе предприятие. По уровню инновационной активности АР Крым занимает 21 место среди регионов Украины [2].

**У**ровень развития инновационного потенциала региона отражает эффективность осуществления инновационной деятельности, определяет степень инновационной активности субъектов хозяйствования, при этом оценка показателей инновационности региона существенно важна для формирования действенной инновационной стратегии.

Развитие научно-технического и инновационного потенциала региона отражает совокупность таких показателей, как научные кадры, материально-техническая база, организационная структура, финансирование науки, результативность научных исследований и разработок, патентно-лицензионная деятельность, объем промышленного производства, инвестиционная деятельность. Под региональным инновационным потенциалом следует понимать совокупность научно-технических, материально-финансовых, кадровых, институциональных и иных ресурсов региона, используемых для инновационной деятельности.

В экономической литературе существуют различные методологические подходы к оценке инновационного потенциала региона с точки зрения его способности формировать инновационно активную экономику.

Л. А. Антонюк предполагает, что необходимо выделять в «инновационном потенциале» подсистему «инновационной восприимчивости», которая отражает реальный уровень инновационности и характеризует возможности быстрой коммерциализации новинок и создания для этого необходимых условий. Согласно ее мнению, инновационную восприимчивость региона целесообразно определять, используя коэффициенты опережения инновационного развития (либо инновационной восприимчивости) на этапе производства и этапе потребления. Коэффициент опережения инновационного развития на этапе производства определяется следующим образом:

$$R_{OIP_n} = \frac{T_{ИП\%}}{T_{ВИ}}$$

где  $T_{ИП\%}$  – темпы роста удельного веса инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции субъектов хозяйствования региона

$$T_{ИП\%} = \frac{\alpha_t}{\alpha_{t-1}}$$

где  $\alpha_t, \alpha_{t-1}$  – удельный вес инновационной продукции в общем объеме продукции в периоды  $t, t-1$  (%);

$T_{ЗИ}$  – темпы роста затрат исследований и разработки в промышленности региона

$$T_{ЗИ} = \frac{\beta_t}{\beta_{t-1}}$$

где  $\beta_t, \beta_{t-1}$  – затраты на исследования и разработки на промышленных предприятиях региона в периоды  $t, t-1$  (млн грн).

**Р**езультативность коэффициента предполагает следующую зависимость: если удельный вес инновационной продукции растет быстрее, чем затраты из разных источников на ее осуществление, то происходит увеличение инновационной восприимчивости, и коэффициент опережения инновационного развития больше единицы. Если темпы роста затрат опережают темпы роста инновационной продукции, то это характеризует ухудшение эффективности инновационной деятельности и соответственно – замедление инновационного развития.

Коэффициент опережения инновационного развития (на этапе потребления) определяется:

$$K_{OIP_n} = \frac{T_{ИП\%}}{T_{ТИ}}$$

где соответственно  $T_{ИП\%}, T_{ТИ}$  – темпы роста объемов инновационной продукции и темпы роста затрат на технологические инновации:

$$T_{ИП\%} = \frac{Q_t}{Q_{t-1}}$$

где  $Q_t, Q_{t-1}$  – объемы инновационной продукции, млн грн,

$$T_{ТИ} = \frac{t_t}{t_{t-1}}$$

где  $t_t, t_{t-1}$  – затраты на технологические инновации.

Рост инновационной восприимчивости региона происходит в случае значения этого коэффициента больше единицы [1, с. 201 – 202]. В *табл. 1* представлены Расчетные показатели инновационного потенциала АР Крым с 2005 по 2010 гг. В *табл. 2* представлены расчетные значения инновационной активности АР Крым в соответствии с указанными формулами.

Динамика изменения инновационной активности АР Крым имеет негативную тенденцию, инновационная активность низкая, следовательно, инновационная восприимчивость региона не повышается. Такое состояние инновационной восприимчивости АР Крым говорит об отсутствии действенной системы стимулирования инновационной активности субъектов хозяйствования на региональном и государственном уровнях.

В современных экономических условиях в странах-лидерах мировой экономики до 80% прироста валового внутреннего продукта достигается за счет инноваций [3, с. 12]. С учетом данной специфики целесообразным является разработка оценивания инновационной деятельности в соотношении к валовому региональному продукту. Автором предложена следующая система показателей расчета инновационного развития и конкурентоспособности региона (*табл. 3*).

По результатам расчетов можно оценить динамику показателей инновационного развития региона, весомость предложенных блоков показателей к ВРП.

Таблица 1

## Расчетные показатели инновационного потенциала АР Крым с 2005 по 2010 гг.

Год	Затраты на инновационную деятельность (млн грн)	Затраты на исследования и разработки в промышленности (млн грн)	Объем реализованной инновационной продукции (млн грн)	Удельный вес реализованной инновационной продукции в объеме промышленной, %
2005	93	1,5	932,3	14,5
2006	90	2,8	557,9	7,9
2007	185	9,4	624	6,5
2008	225,6	12,3	280,1	2,3
2009	129,8	21,2	174,5	1,4
2010	146,7	12,7	163	1,1

Таблица составлена автором согласно [4].

Таблица 2

## Расчетные значения инновационной активности АР Крым

Год	Динамика инновационной активности	
	Коэффициент опережения инновационного развития на этапе производства	Коэффициент опережения инновационного развития на этапе потребления
2006	0,29	0,6
2007	0,24	0,5
2008	0,27	0,4
2009	0,36	1
2010	1,3	0,8

Таблица 3

## Рекомендованная система показателей расчета инновационного развития (ИР) и конкурентоспособности региона

Блок показателей	Формула расчета
Инновационная активность	$ИР = \frac{З_{ид} + О_{РИП}}{ВРП} \times 100,$ <p><math>З_{ид}</math> – затраты на инновационную деятельность, ден. ед.;  <math>О_{РИП}</math> – объем реализованной инновационной продукции, ден. ед.;  <math>ВРП</math> – валовый региональный продукт, ден. ед.</p>
Интернационализация инновационной системы	$ИР = \frac{Э_{НИП} + С_{РИПЗ}}{ВРП} \times 100,$ <p><math>Э_{НИП}</math> – экспорт принципиально новой инновационной продукции, ден. ед.;  <math>С_{РИПЗ}</math> – стоимость реализованной инновационной продукции за границы Украины, ден. ед.</p>
Интеллектуальная собственность	$ИР = \frac{З_{ИС} + Д_{ИС}}{ВРП} \times 100,$ <p><math>З_{ИС}</math> – затраты на интеллектуальную собственность, ден. ед.;  <math>Д_{ИС}</math> – доход от интеллектуальной собственности ден. ед.</p>
Инвестиционная компонента	$ИР = \frac{И_{ОКИР} + ПИ_{ИР}}{ВРП} \times 100,$ <p><math>И_{ОКИР}</math> – инвестиции в основной капитал на исследования и разработки, ден. ед.  <math>ПИ_{ИР}</math> – прямые иностранные инвестиции на исследования и разработки, ден. ед.</p>

## ВЫВОДЫ

В результате проведенного статистического анализа следует, что негативных тенденций в инновационном

развитии региона значительно больше, чем позитивных, что говорит о низкой эффективности государственной инновационной политики, отсутствии действенного ме-

ханизма стимулирования инновационной активности субъектов хозяйствования. Разработка автором системы показателей инновационного развития способствует улучшению оценки сложившей ситуации. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

**1. Антонюк Л. Л.** Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації : Монографія. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.

**2.** Инновационная деятельность промышленных предприятий / Экономический доклад // ГУ статистики в АР Крым. – Отдел статистики науки, инноваций и обследовании предприятий сферы услуг. – Симферополь, 2010.

**3. Кропотова Н. В.** Социокультурные аспекты формирования национальной инновационной системы / Н. В. Кро-

потова // Развитие инновационной культуры общества: проблемы и перспективы / Материалы научно-практической конференции. – Симферополь: Издательский центр Крымского института бизнеса, 2006. – 200 с.

**4.** Наукова діяльність в Автономній Республіці Крим / (статистичний збірник). – Симферополь : Головне управління статистики в Автономній Республіці Крим, 2011. – 266 с.

**5. Санто Б.** Инновация как средство экономического развития : Пер. с венг. / Общ. ред. и вступ. ст. Б. В. Сазонова. – М. : Прогресс, 1990. – 296 с.

**6.** <http://www.feg.org.ua>

**7.** [www.weforum.org](http://www.weforum.org)

## ВПЛИВ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ НА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ

**МАКСИМІВ Б. М.**

*кандидат економічних наук*

**Львів**

У сучасних умовах функціонування ринкової економіки українські підприємства усвідомлюють необхідність в інноваційній діяльності. Впровадження і постійне використання нововведень усе частіше виступає основним методом підвищення конкурентоздатності виготовленої продукції, підтримки високих темпів розвитку та рівня прибутковості. Тому все більше організацій, долаючи наслідки економічної кризи останніх років, усе частіше звертають увагу на інновації.

Для отримання економічного ефекту від новаторства необхідне розроблення інноваційної стратегії, яка б поєднала формування довгострокових завдань інноваційної діяльності підприємств, вибір ефективних шляхів їх виконання, а також врахування конфліктності та умов невизначеності.

Проблеми дослідження особливостей формування інноваційної стратегії на промислових підприємствах розглядали у своїх працях багато українських і зарубіжних вчених-економістів, а саме: І. Ансофф, Х. Багнет, Ю. М. Бажал, А. М. Власова, В. М. Геєць, С. Д. Ільяшенко, М. І. Крупка Ж. В. Поплавська, П. Т. Саблук, Б. Твісс, Р. А. Фатхутдінов, Й. Шумпетер тощо.

Головною метою даної статті є розкриття основних аспектів розвитку інноваційної стратегії на основі врахування та вивчення таких понять, як невизначеність і конфліктність підприємств.

Вагоме значення для інноваційного розвитку промисловості України має вдосконалення процесу розроблення і ухвалення ефективних управлінських рішень. Застарілі методи планування і управління на сьогоднішній день стають непридатними. Виникає необхідність їх вдосконалення на науковій основі, з використанням сучасних досягнень науки й техніки. Важливим є розбудова та застосування досконалих, адекватних реальній ситуації економіко-математичних методів і моделей у процесі аналізу, моделювання, оптимального управління та підтримки прийняття рішень, враховуючи при цьому нові теоретичні підходи і нагальні потреби економічної практики. Одним із основних засобів, за допомогою якого при порівняно невеликих затратах можна отримати цінні управлінські рішення, є математичне моделювання економічних процесів.

Розвиток методів економіко-математичного моделювання продовжує тривати, оскільки вони дають можливість отримати необхідні якісні та кількісні характеристики досліджуваного складного процесу, використовуючи більш прості засоби, а також аналоги відомих економічних процесів. Економіко-математичного моделювання – це відтворення тієї ситуації, яку бажано вивчити ще до того, як об'єкт дослідження (промислове підприємство) почне випробовувати на собі дію зовнішнього середовища. У цьому випадку моделювання органічно поєднує в собі усі аспекти аналізу, постачає інформацією, за допомогою якої пояснюються нові факти, розкриваються функціональні закономірності управління.

Математична модель економічного процесу – це відображення найбільш важливих властивостей економічних процесів, встановлення закономірності та зв'язку функціонування економічних систем, а також представ-

лення цих закономірностей в абстрактному вигляді за допомогою математичних (кількісних) співвідношень [1, с. 10 – 28]. При побудові економіко-математичної моделі завдання полягає в тому, щоб вона в основному поведилась так, як реальний економічний процес.

**П**ри формуванні інноваційної стратегії розвитку промислових підприємств стикаємося з такими ситуаціями, де ефективність ухвалення рішень досягається завдяки використанню чітких математичних розрахунків і їх аналізу, сучасних математичних методів, комп'ютерних засобів, інформаційних технологій. Теоретичні та практичні дослідження у цьому напрямі проведено науковцями ще недостатньо глибоко, оскільки пов'язані з поглибленим осмисленням як самого процесу управління інноваційною діяльністю, так і зі складністю використання математичного апарату теорії ігор, зокрема скінченної антагоністичної гри.

Розвиток інноваційної діяльності вимагає врахування та вивчення таких понять, як невизначеність і конфліктність. В умовах ринкової економіки першочерговими питаннями для вирішення виступають: нестабільність середовища, конфліктність ситуації, нестача кількісної інформації тощо [2, 3, 4, 5]. Саме тому вдосконалення принципів і методів теоретико-ігрового аналізу має велике значення для ухвалення правильних рішень в умовах невизначеності та конфліктності під час розв'язання проблем формування інноваційної стратегії розвитку промислових підприємств.

В інноваційній діяльності підприємств часто виникають конфліктні ситуації, коли декільком учасникам (підприємствам, їх конкурентам) доводиться взаємодіяти за обставин, в яких кожний із них намагається досягти своєї цілі властивими йому засобами, але ніхто з них повністю не впливає на хід подій, тобто результат боротьби лише частково залежить від дій кожного учасника. У конфліктній ситуації є зацікавлені сторони, кожна з яких намагається отримати максимальний вигравш. У теорії ігор досліджуються питання поведінки і виробляються оптимальні правила (стратегії) поведінки для кожного підприємства – учасника конфліктної ситуації, які можуть вибирати на свій розсуд певні дії, залежно від яких буде отримано результат (вигравш).

При представленні конфліктної ситуації в інноваційній діяльності підприємств у вигляді гри виникає ряд складностей через описування правил, умов, гравців, стратегій, ходів, вигравшів. Наприклад, описуючи набір стратегій, виникає трудність ведення обліку змін стратегій під час гри, що викликані науково-технічним прогресом (відкриття, винаходи) і моментів часу застосування стратегії. Формально ці чинники можна включати в стратегії, однак такий підхід веде до значного збільшення кількості стратегій і це значно ускладнює дослідження гри. Є також проблеми у визначенні вигравшів залежно від застосовуваних стратегій у зв'язку з нечітко визначеними областями дій і складністю вимірювання різноманітних благ. Задача дослідження ґрунтується на тому, щоб вибрану конфліктну ситуацію по можливості привести до формалізованої гри без значних втрат реальних цілей і умов, знайти метод рішень такої формалізованої

моделі, провести розрахунки і аналіз. Подолання труднощів на шляху вирішення ігрових ситуацій пов'язане із чіткістю і реальністю їх представлення, виділення в них основних правил і елементів гри: гравців, стратегій, ходів, вигравшів, і лише згодом отримання методів рішення гри, необхідної інформації та реалізації [6, с. 3 – 9].

Теорія ігор намагається математично зафіксувати поведінку в стратегічних ситуаціях, в яких успіх суб'єкта, що робить вибір, залежить від вибору інших учасників. Основою теорії ігор є формалізація таких фундаментальних понять, як конфлікт, ухвалення рішення в конфлікті та оптимальність ухваленого рішення.

Будь-який конфлікт характеризується умовами невизначеності:

- ✦ усі задіяні учасники не володіють завчасно жодною кінцевою управлінською інформацією про вчинки та дії інших учасників;
- ✦ усі сторони зацікавлені в тому, щоб приховати від супротивника власні наміри про ухвалення рішень тощо.

Конфлікт господарської діяльності, який намагається вирішити підприємство харчової промисловості, з'являється через:

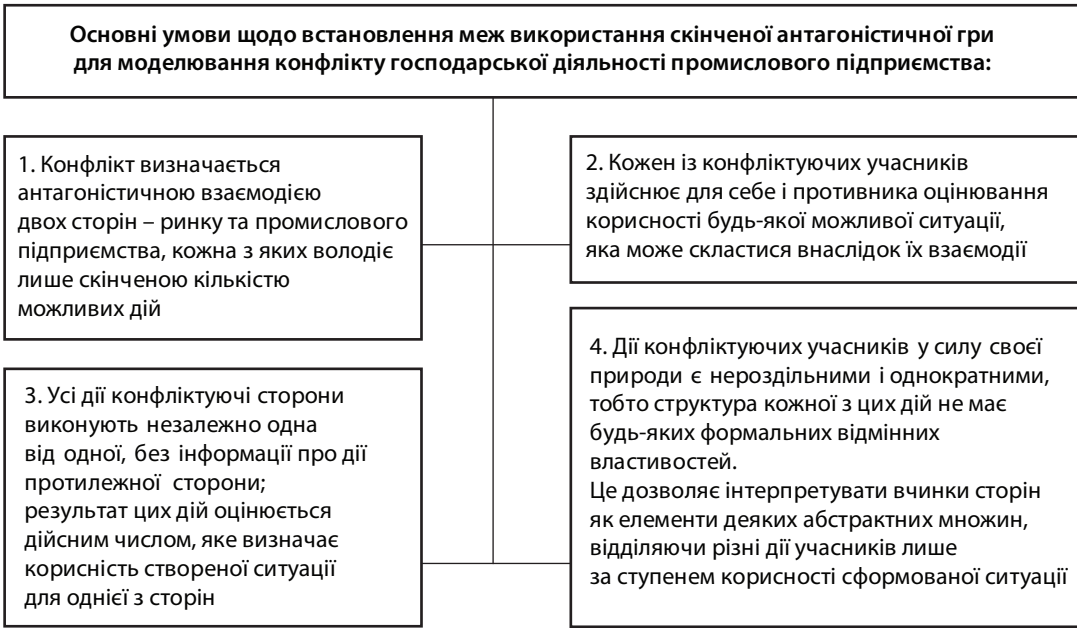
- ✦ різноманітність цілей та неспівпадіння інтересів учасників;
- ✦ наміри усіх сторін досягнути намічених багатограних цілей, що не входять в плани інших, споріднених за виробничою діяльністю організацій;
- ✦ різні шляхи досягнення поставлених фінансово-господарських цілей.

**З**іткнення інтересів учасників конфлікту знаходить відображення в намаганні підприємства харчової промисловості та ринку переслідувати різні цілі, володіючи для їх досягнення набором декількох альтернатив. Результат будь-якого обраного і здійсненого заходу кожної з учасників господарської діяльності залежить від того, які дії виберуть інші сторони. А дії кожного учасника ринку будуть залежати від зваженості управлінських рішень, які приймаються кожною стороною.

Основні умови щодо встановлення меж використання скінченної антагоністичної гри для моделювання конфлікту господарської діяльності наведені на *рис. 1*.

З одного боку, промислове підприємство, що знаходиться в навколишньому середовищі, розглядається як гравець, який повинен вибрати кращу стратегію, а з другого боку – навколишнє середовище (ринкове середовище, конкуренти, природа тощо). Формальним апаратом дослідження в такому випадку може бути теорія ігор двох чи декількох гравців, зокрема матричні ігри двох гравців з нульовою сумою.

Суттєвим завданням при створенні економіко-математичних моделей інноваційного розвитку підприємств є вивчення проблеми невизначеності. Невизначеність в економіці з точки зору якості інформації може виникати на етапі: збирання інформації; аналізу інформації; ухвалення управлінського рішення на ґрунті зібраної і проаналізованої інформації тощо.



**Рис. 1. Умови встановлення меж використання скінченої антагоністичної гри для моделювання конфлікту господарської діяльності [1]**

Невизначеність представляє собою фундаментальну характеристику недостатньої забезпеченості процесу ухвалення економічних рішень знаннями стосовно певної проблемної ситуації. Ці знання обумовлені чинниками, що призводять до виникнення невизначеності:

- ✦ більшість суспільних та економічних процесів є суцільно індетермінованими (наприклад, поява нових технологій і техніки, зміна кон'юнктури інвестиційного ринку, зсуви у суспільних потребах і споживчому попиті, тощо), тобто відсутня можливість для точного передбачення і прогнозування їх розвитку;
- ✦ управління діяльністю суб'єктів інноваційної діяльності потребує вичерпної інформації та здійснення її якісного аналізу. Однак у більшості випадків стикаємось із економічно обґрунтованою неповнотою, невичерпною інформацією про умови реалізації рішення, вигоди і витрати, які отримані від його реалізації;
- ✦ наявність суб'єктивних чинників і їх вплив на результати аналізу, які відомі в літературі під назвою «організованої» невизначеності чи асиметрії інформації. Наприклад, приховування певної частини інформації з економічних, політичних та інших причин, дезінформація тощо.

Переважно постановка економічних задач управління в невизначеному середовищі функціонування економіки країни виявляється некоректною. Досить часто ці задачі формуються в умовах спонтанної мінливості соціально-економічного середовища, сильного впливу чинника людських стосунків, не завжди чіткого розуміння самим дослідником кінцевих цілей управління і шляхів досягнення цих цілей. Наслідком цього у кінцевому підсумку є періодичні конфліктні ситуації, що виникають між процесом досягнення цілі управління і непередбаченими умовами функціонування промислових підприємств в нестандартних і, особливо, в екстремальних ситуаціях, які неможливо передбачити.

## ВИСНОВКИ

Підвищення рівня конкурентоспроможності промислових підприємств в умовах нестримного розвитку національної економіки пов'язане, насамперед, з розробленням ефективного механізму його управління. Ключовими чинниками успіху підприємств у конкурентній боротьбі в умовах мінливого зовнішнього середовища та глобалізації економіки є вибір оптимальних стратегій діяльності, особливо інноваційної стратегії розвитку. Надзвичайно гостро ця проблема постає зараз, в умовах посилення інтенсивності конкуренції, яка змушує підприємства впроваджувати ефективний механізм управління своєю діяльністю, здійснювати постійний пошук, створення і підтримку конкурентних переваг.

Отже, вибір інноваційної стратегії діяльності з метою забезпечення оптимальної роботи підприємств за умов різкого виникнення великої кількості конкурентів є одним з головних завдань стратегічного управління діяльністю промислових підприємств. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Крушевский А. В. Экономико-математические модели в планировании и управлении народным хозяйством / А. В. Крушевский, Е. В. Барков, А. Р. Поддубный.– К. : Вища школа, 1973.– 311 с.
2. Блекуэлл Д. Теория игр и статистических решений / Д. Блекуэлл, М. А. Гиршик.– М. : Иностран. лит., 1958.– 318 с.
3. Воробьев Н. Н. Теория игр для экономистов кибернетиков / Н. Н. Воробьев.– М. : Наука, 1985.– 272 с.
4. Дж. фон Нейман. Теория игр и экономическое поведение: пер. с рус. / Дж. фон Нейман, О. Монгерштерн.– М. : Наука, 1970.– 707 с.
5. Ляшенко И. Н. Линейное и нелинейное программирование / И. Н. Ляшенко.– К. : Вища Школа, 1975.– 385 с.
6. Крушевський А. В. Теория игр / А. В. Крушевський.– К. : Вища школа. 1977.– 216 с.



# УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ АКТИВНІСТЮ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

**КОРНІЄНКО В. І.**

здобувач

Харків

Успішне функціонування вітчизняних підприємств на сучасному рівні розвитку економіки України безпосередньо залежить від активної інноваційної діяльності, яка максимально використовує умови, створені зовнішнім середовищем, та можливості, що існують у внутрішньому середовищі підприємства.

Визначення довгострокової стратегії інноваційного розвитку є складним питанням, яке потребує реалізації заходів, прийомів для забезпечення економічного зростання, використовуючи систему генерації нових знань, конкурентні механізми, підприємницьку активізацію та державну підтримку.

Розвиток науково-технічного прогресу нерозривно пов'язаний із використанням результатів наукових досліджень у виробничій діяльності. Особливо значного розвитку цей процес набув у нинішньому сторіччі. Не менш важливим напрямком діяльності поряд із підтримкою наукових досліджень є процес використання результатів НДДКР на практиці. Саме швидкість застосування наукових досягнень у суспільному виробництві багато в чому визначає ефективність діяльності економічної системи, дає змогу отримати конкурентні переваги порівняно з іншими країнами в певному напрямі виробництва. Використання результатів наукових досліджень у виробництві здійснюється в ході інноваційної діяльності. Тому більш докладно розглянемо поняття «інноваційна діяльність». Згідно з Законом України «Про інвестиційну діяльність»: інноваційна діяльність визначається як

«одна з форм інвестиційної діяльності», що здійснюється з метою впровадження досягнень науково-технічного прогресу у виробництво і соціальну сферу.

Аналіз обсягу виконаних наукових і науково-технічних робіт показав, що питома вага відповідних робіт у ВВП зменшується (табл. 1). Так, у 2003 році вона складала 1,24%, у 2007 лише 0,93%, а у 2009 лише 0,9%. Потрібно звернути увагу на те, що у промислових розвинутих країнах відповідна норма складає 8 – 10% і має тенденцію до збільшення [1].

У ринковому середовищі успішне функціонування та розвиток промислових підприємств значною мірою залежать від рівня їх інноваційної діяльності. Впровадження інноваційних процесів дозволяє підприємству підвищувати конкурентоспроможність продукції та розширювати її асортимент, зберігати традиційні і створювати нові ринки збуту, покращувати умови праці, вдосконалювати процес виробництва та управління. Однак, не зважаючи на конкурентні переваги, які здатні забезпечити інноваційна діяльність, в Україні зберігається негативна тенденція зміни (погіршення) практично всіх показників, які характеризують її стан у промисловості.

За результатами досліджень, проведених фахівцями Світового банку щодо внеску окремих чинників у зростання ВВП, на основі інформації 68 країн відомо, що на технічний прогрес (інновації) у промисловому розвинутих країнах припадає приблизно 50% зростання обсягу виробництва. Для більшості країн, що розвиваються, цей чинник відіграє меншу роль. Винятком є лише країни Східної Азії, де ця частка становить більше 25%. Вважається, що в цих країнах зростання відбувається більше за рахунок зростання витрат, ніж за рахунок підвищення ефективності їх використання. Забезпечення збереження ринкового механізму в зарубіжних країнах

Таблиця 1

Обсяг виконаних наукових та науково-технічних робіт за 2003 – 2009 рр.

Рік	Усього, у фактичних цінах	У тому числі				Питома вага обсягу виконаних науково-технічних робіт у ВВП, %
		фундаментальні дослідження	прикладні дослідження	розробки	науково-технічні послуги	
2003	3319,8	491,2	429,8	1900,2	498,6	1,24
2004	4112,4	629,7	573,7	2214,0	695,0	1,19
2005	4818,6	902,1	708,9	2406,9	800,7	1,09
2006	5354,6	1141,0	841,5	2741,6	630,5	0,98
2007	6700,7	1504,0	1132,6	3303,1	761,0	0,93
2008	8538,9	1927,4	1545,6	4088,2	977,7	0,9
2009	8653,7	1916,6	1412,0	4215,9	1109,2	0,9

Джерело: Статистичний щорічник України за 2009 р., ст 168.

є однією з основних функцій держави. З метою захисту ринкового механізму і посилення конкуренції держава проводить антимонопольну політику, розробляє господарське законодавство й організовує його виконання, а також вирішує окремі економічні проблеми, де ринковий механізм спрацьовує недостатньо. У процесі господарської діяльності підприємств можуть виникати негативні (наприклад, забруднення навколишнього середовища) і позитивні побічні ефекти (наприклад, максимізація прибутків у результаті реалізації інновацій). Як із першими, так і з другими держава повинна боротись адміністративними та економічними методами [2].

Чинники, що ускладнюють розвиток інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств, відображені в *табл. 2*.

Методичний підхід до конструювання взаємозв'язків, що формують систему управління інноваційно-інвестиційною діяльністю (ІІД) на підприємстві заснований на принципі необхідної різноманітності. Суть цього принципу можна сформулювати таким чином: «Різноманітність дій системи управління інноваційно-інвестиційною діяльністю, що управляють, на підприємстві повинна покривати різноманітність всіх обурюючих дій інноваційно-інвестиційного процесу». При цьому під системою управління розуміється послідовність і методи вирішення завдань управління інноваційно-інвестиційною діяльністю на підприємстві [3].

Звідси витікає, що для побудови системи, необхідно обкреслити і структурувати круг проблем і завдань, вирішення яких забезпечує ефективне досягнення цілей

Таблиця 2

Чинники, що гальмують інноваційну діяльність

Найменування чинників	Підприємства, яким перешкождали названі чинники в 2005 р.
	у % до загальної кількості обстежених підприємств
1. Недостатня фінансова підтримка держави	50,9
2. Нестача власних коштів	81,7
3. Відсутність коштів замовників	31,7
4. Низький платоспроможний попит на нову продукцію	25,5
5. Великі витрати на нововведення	49,3
6. Економічний ризик	32,5
7. Тривалий термін окупності	29,5
8. Відсутність попиту на продукцію	14,4
9. Нестача кваліфікованого персоналу	13,7
10. Нестача інформації про нові технології	17,1
11. Несприйнятливність підприємств до нововведень	14,4
12. Відсутність можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями	16,7
13. Недосконалість законодавчої бази	33,5

Основними чинниками, які гальмують розвиток інноваційної складової економіки, є:

1. Спрямованість державної політики на закріплення моделі економіки, яка ґрунтується переважно на низькотехнологічних укладах.
2. Недостатність інституціонального забезпечення інноваційної діяльності.
3. Недосконалість управління інноваційною діяльністю, яка виявляється в широко окреслених пріоритетах, що суперечить теоретичним засадам стимулювання інноваційної діяльності.

На нашу думку, істотними вадами інноваційної політики, яка здійснюється в країні, є також її спрямованість на управління «процесом», а не «кінцевими результатами» технологічних змін. Інноваційна політика органів державної влади спирається на визначення пріоритетів розвитку певних галузей і перерозподіл бюджетних і позабюджетних коштів для розвитку інновацій.

інноваційно-інвестиційної діяльності. Для вирішення цього завдання інноваційно-інвестиційний процес умовно розділений на чотири основні фази (*рис. 1*).

**Фаза 1** – «розрахунково-аналітична робота». Даний блок враховує розрахунково-аналітичні завдання, що вирішуються на стадіях.

**Фаза 2** – «Рух фінансів». Даний блок включає організаційно-розпорядливі дії із забезпечення руху фінансових коштів і власне фінансові потоки. Сюди включаються: 1) початок роботи: спілкування з кредитором, 2) інвестування отриманих фінансових ресурсів в основні засоби і поточні активи; 3) генерування грошового потоку як результату успішної діяльності; 4) сплата передбачених законом податків; 5) виплати інвесторам і кредиторам частини прибутку, що залишився; 6) напрям на ринок капіталів частини прибули у вигляді фінансових інвестицій.

**Фаза 3** – блок «Створення об'єкту інвестування» враховує інформаційні і матеріально-речові процеси,

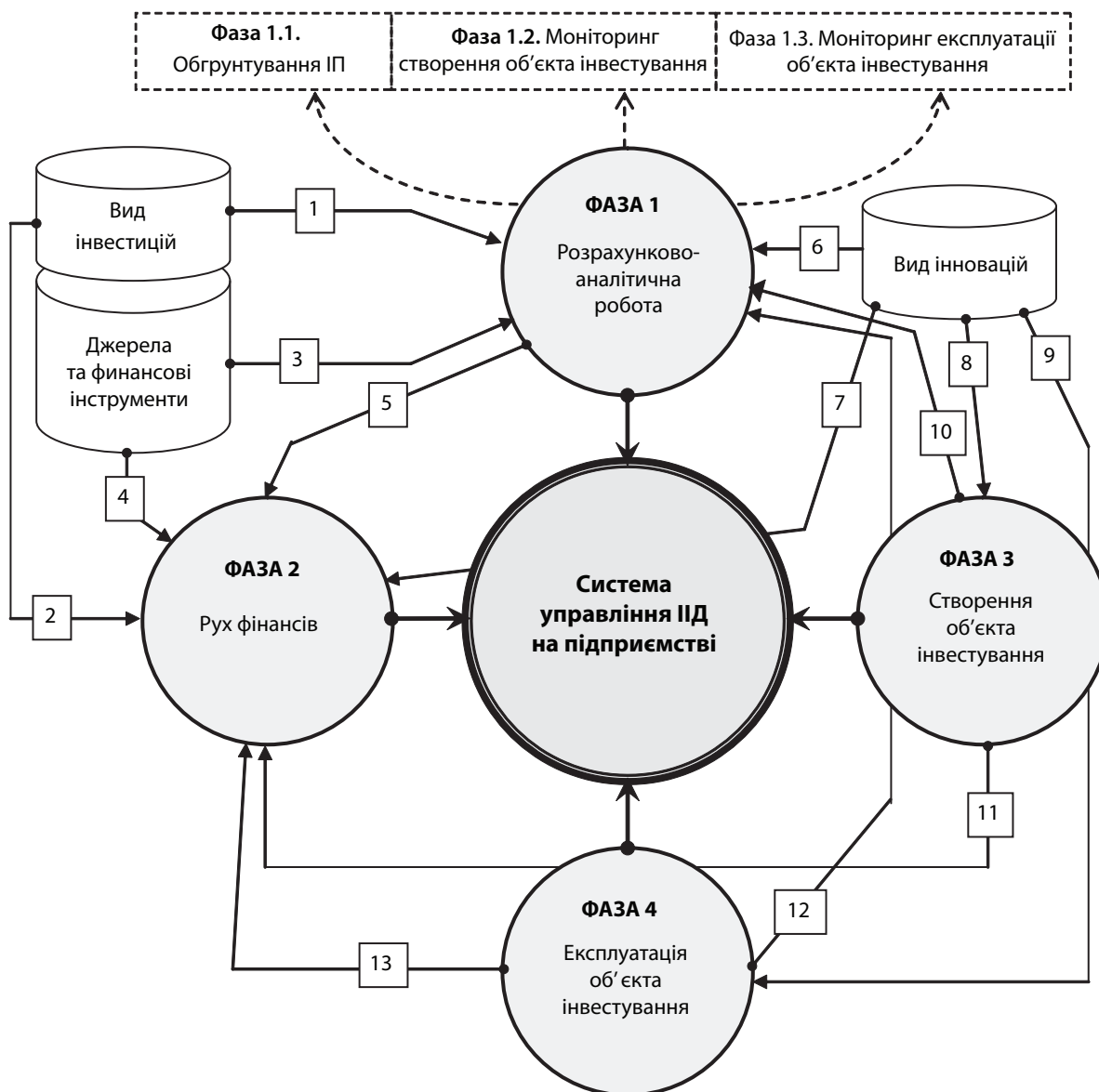


Рис. 1. Модель формування системи управління інноваційно-інвестиційною діяльністю на підприємстві

у результаті яких відбуваються кількісні, якісні і структурні перетворення відповідно до цілей конкретного інвестиційного проекту.

**Фаза 4** – «Експлуатація об'єкту інвестування» включає основні, допоміжні і обслуговуючі процеси, характерні для даного об'єкту інвестування (інноваційного продукту) або для виробництва даної інноваційної продукції.

#### ВИСНОВКИ

Система управління інноваційно-інвестиційною діяльністю на підприємстві включає шість функціональних блоків. Це: інформація, реалізація, контроль, складання бюджетів, розробка програм, планування. Процес управління інноваційно-інвестиційним процесом умовно розділено на чотири основні фази: розрахунково-аналітична робота, рух фінансів, створення об'єкту інвестування та експлуатація об'єкту інвестування. У число інструментів залучення інвестицій включено: акції, облігації підприємства, інвестиційні сертифікати підприємства, векселі, фінансовий лізинг. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Зубець М. В.** Виклад звітної доповіді на загальних зборах Національної академії аграрних наук України // Економіка АПК.– 2011.– № 1.– С. 3 – 11.
2. **Иновационные факторы развития агропродовольственной системы России** // Економіка АПК.– 2011.– № 1.– С. 149 – 155.
3. **Витвицька О. Д.** Формування стратегії інноваційного розвитку аграрних підприємств // Економіка АПК.– 2011.– № 10.– С. 132 – 138.
4. **Статистичний щорічник України за 2009 рік.** Статистичний збірник.– К. : Держкомстат України, 2010.– 566 с.

## МЕТОД ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МОМОТ В. М.

кандидат технических наук

ИЛЬЧЕНКО Е. Н.

Харьков

**П**ерспективы прикладной науки непрерывно связаны с их коммерциализацией, т. е. с инновационной деятельностью. Инновационная научная деятельность является внешним проявлением структурных комплексных преобразований внутри научных организаций. Это в первую очередь относится к инновационному потенциалу научной деятельности научно-исследовательских институтов и конструкторских бюро, где прикладная наука выступает производительной силой при условии интеграции с производством, определяет направление поиска организационных форм и современных моделей управления процессом внедрения результатов научных разработок, адекватных рыночно-ориентированной экономике.

Под инновационным потенциалом предприятия понимается способность предприятия создавать новую стоимость путем привлечения всех его имеющихся материальных и нематериальных активов с целью его инновационного развития. В рыночных условиях инновационный потенциал формируют все ресурсы, которые обеспечивают достижение конкурентных преимуществ предприятия путем разработки и ввода инноваций. Наряду с производственным, финансовым, маркетинговым, трудовым, управленческим и коммуникационным потенциалами инновационный потенциал играет существенную роль в экономическом росте субъектов хозяйственной деятельности [1].

Инновационный потенциал формируется из двух основных материальных и нематериальных составляющих: инновационный потенциал материальных ресурсов; интеллектуальный потенциал. Каждый из элементов инновационного потенциала подлежит влиянию различных факторов и в зависимости от уровня развития может быть отнесен к сильным или слабым сторонам предприятия.

Оценка инновационного потенциала позволяет, прежде всего, проанализировать финансовую устойчивость предприятия к инновационному развитию. Определение на этой основе типа инновационного потенциала позволяет проконтролировать правильность выбранного направления инновационного развития с позиций современного и дальнейшего финансового состояния предприятия.

В литературе наиболее часто используется понятие «инновационный потенциал предприятия». Однако в по-

следнее время достаточно часто употребляется и понятие «инновационный потенциал научной деятельности».

Это понятие широко используется начиная с 1980-х гг., однако попытки его определения предприняли лишь отдельные учёные (Н. И. Лапин, Е. В. Иванов, Э. А. Искандаров, Л. Я. Касалс, П. Н. Завлин и др.).

Системный подход изменил ракурс анализа научно-технического прогресса, сделав основным предметом его инновационную составляющую.

Сегодня при выборе той или иной стратегии разработки и внедрения новых технологий недостаточно ограничиваться оценкой и учетом факторов только инновационной сферы. В настоящее время такой подход начинает изживать себя. Причиной тому является резкое сокращение срока жизни инноваций, который вызывает повышение интенсивности появления на рынке все новых и новых товаров и услуг. Практически ежедневное обновление ассортиментных рядов на отдельных товарных рынках приводит к тому, что инновационные товары, или сегодняшние новинки, завтра таковыми не являются. На их смену приходят другие инновации. В наукоемком производстве при таких условиях новые технологии очень быстро становятся текущими или даже устаревшими продуктами [2].

Инновационный потенциал научно-исследовательских институтов (НИИ) во многом складывается стихийно, его структуре присущ внутренний дисбаланс. На многих предприятиях и НИИ зачастую ликвидировались те структуры, без которых невозможна в условиях рыночной экономики полноценная инновационная деятельность, например, патентные службы. С другой стороны, в нужном качестве не создавались и не развивались такие инновационные структуры, которые связаны преимущественно с рынком, например, служба маркетинга. Такое положение является тормозом в реализации уже имеющихся научно-технических разработок и изобретений. В данной статье основной целью является не только определение структуры инновационного потенциала НИИ, но и оценка состояния важнейших его элементов.

**И**нновационный потенциал НИИ – это совокупность научно-технических, технологических, инфраструктурных, финансовых, правовых, социокультурных и иных возможностей обеспечить восприятие и реализацию новшеств, т. е. получение инноваций [3].

Недооценка такого подхода приводит к тому, что за характеристики инновационного потенциала часто выдаются показатели, относящиеся к научно-техническому, производственно-технологическому, кадровому или иным компонентам общего потенциала предприятия, которые не вычленяются, не измеряются и, как следствие, целенаправленно не развиваются. В итоге не

достигается результат – прирост новых конкурентоспособных товаров и услуг.

Рассматривая понятие инновационного потенциала, необходимо проанализировать такое понятие, как фундаментально-прикладной научный трансферт (ФПНТ) [4]. Данное понятие мы понимаем как форму преобразования и передачи результатов фундаментальных научных исследований в фазу прикладных НИОКР, а также формирования и передачи заказов прикладной науки фундаментальной науке. ФПНТ включает:

- ✦ совокупность методов выявления оценки и использования прикладного потенциала фундаментальных научных работ на последующих стадиях инновационного цикла;
- ✦ совокупность потребностей прикладных НИОКР в постановке, проведении и результатах ориентированных фундаментальных исследований.

Для реализации задач ФПНТ необходимо:

1) на возможно более ранней стадии проводить «фильтрацию» НИР с тем, чтобы выявить научные положения, по крайней мере, потенциально обращенные к практике;

2) стараться полностью исчерпать заложенный в фундаментальных НИР технический потенциал.

Нужно создать условия, при которых вероятность достижения этих задач будет повышена.

Как известно, понятие «потенциал» включает в себя возможности, средства, запасы, которые могут быть использованы физическими и юридическими лицами, в том числе предприятиями, организациями, административно-территориальными образованиями, государством для решения задач, достижения целей в определенной области. Применительно к деятельности научно-технической организации правомерно говорить о наличии у них общего потенциала и его составляющих, а именно: научно-технического потенциала, производственно-технологического потенциала, кадрового потенциала.

Оценка инновационного потенциала научной деятельности должна состоять из четырех частей:

1. Состояние инфраструктурных возможностей самой организации, обеспечивающих прохождение новшеством всех этапов инновационного цикла, превращение его в нововведение или инновацию. При этом при оценке соответствия имеющихся средств по обеспечению производственно-хозяйственной деятельности в состав анализируемых затрат следует включить также и инновационные потребности, которые необходимы для внедрения в хозяйственный оборот новой и/или улучшающей технологии, инновационных издержек, связанных с реализацией тех или иных инновационных проектов.

2. Уровень инновационной культуры, характеризующий степень восприимчивости новшеств персоналом предприятия, организации, его готовности и способности к реализации новшеств в виде инноваций. В содержании инновационной культуры преобладает мотивационная компонента, система ценностных ориентаций личности и организации.

3. Внешние и внутренние факторы, отражающие взаимодействие инновационного потенциала с другими частями общего потенциала научно-технической организации и влияющие на успешность осуществления инновационного цикла. Наиболее крупные из внутренних факторов отражают актуальные проблемы производственной деятельности промышленных предприятий и научно-технических организаций. Техническое состояние оборудования, квалификация инженерно-технического персонала и рабочих, мотивация их деятельности оказывают решающее влияние на способность организации выполнять свои функции, в том числе и в инновационной сфере.

4. Для характеристики инновационного потенциала научно-технической организации можно ввести понятие «задел научно-технических разработок и изобретений». Собственно, этот задел является, с одной стороны, итогом научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности самих организаций, с другой – отражает их кооперационные и иные связи с партнерами, выполняющими подобные разработки по договору или предлагающими их через свободную продажу лицензий на рынке.

В статье рассмотрены задел научно-технических разработок и изобретений как структурной части инновационного потенциала вполне оправдано и открывает возможности для отработки механизмов его наполнения и использования, в том числе через повышение уровня качества НИОКР, улучшение взаимодействия между промышленными предприятиями и организациями отраслевой науки, формирование рынка интеллектуальной собственности.

К его характеристикам можно отнести:

- ✦ показатели завершения НИОКР собственными силами промышленных предприятий и научно-технических организаций;
- ✦ наличие патентной службы на предприятии;
- ✦ наличие полученных патентов, в том числе зарегистрированных за рубежом, объектов авторского права, права на промышленный образец, полезную модель, производственные секреты (ноу-хау), зарегистрированные товарные знаки, знаки обслуживания по результатам выполненных НИР;
- ✦ маркетинговый опыт, реакция предприятия, клиентурная база, благосклонность потребителей, франшизные соглашения, лицензионные соглашения и т. д.;
- ✦ коммуникационные сети, информационные технологии, партнерские отношения с поставщиками и посредниками (логистическая цепь поставок).

При этом следует отметить, что для научно-технических организаций патентование разработок входит в число основных видов деятельности, который должен обеспечить высокую ликвидность их продукции.

Покупка и продажа лицензий на использование прав на патенты и ноу-хау могла бы стать одним из основных источников формирования портфеля научно-

технических разработок и изобретений. Ценность патента заключается в том, что он закрепляет за своим владельцем монополию на запатентованное изобретение на определенный законодательством срок. Патент имеет особую ценность, если он защищает сам продукт, поскольку в таком случае никто другой не имеет права на копирование этого продукта.

Все части общего потенциала тесно связаны между собой. Эффективная реализация общего потенциала зависит от состояния как каждой из его частей, так и их взаимодействия. Именно сбалансированность частей общего потенциала является основным условием полной его реализации, поскольку отставание одной из них выступает сдерживающим фактором.

В табл. 1 представлена предлагаемая структура внутренней среды организации по следующим блокам: задел научно-технических (технологических) собственных и приобретенных разработок и изобретений, состояние инфраструктурных возможностей предприятия, внешние и внутренние факторы и уровень инновационной культуры. В качестве одного из возможных вариантов количественной оценки инновационного потенциала предложена пятибалльная шкала. Содержание оценок традиционное: 5 – очень хорошее состояние (сила организации); 4 – хорошее состояние; 3 – средний

уровень, требующий определенных изменений; 2 – плохое состояние; 1 – очень плохое состояние (слабость организации). По итоговой строке проставляются средние оценки по блокам, а затем по итоговой строке общей оценки – средние показатели в целом по организации. Итоговая оценка по блокам рассчитывается как средняя величина его составляющих, т. е. находится в пределах от 1 до 5. Следует отметить, что средняя оценка по блокам должна стремиться к 5, и тем самым уровень инновационного потенциала предприятия будет выше.

В зависимости от величины инновационной силы предприятие выбирает одну из стратегий для дальнейшего своего существования – наступательную, оборонительную или имитационную [4].

Если величину показателя роста инновационного потенциала исследуемого объекта определить по формуле (1), то посредством этой формулы можно рассчитать показатель прироста инновационного потенциала конкретного предприятия во времени:

$$\Delta ИИП = \sum_{i=1}^n \left( \frac{O_i}{O_0} \right) \cdot B_i, \quad (1)$$

где  $\Delta ИИП$  – показатель роста инновационного потенциала исследуемого за период времени  $t$ ;

$O_i$  – оценка  $i$ -го показателя инновационного потенциала исследуемого объекта (в балах);

Таблица 1

Оценка состояния инновационного потенциала

№	Инновационный потенциал (блоки)	Уровень состояния				
		Слабые стороны			Сильные стороны	
1. Задел научно-технических (технологических) собственных и приобретенных разработок и изобретений						
1		1	2	3	4	5
2		1	2	3	4	5
Итоговая оценка состояния первого блока		1	2	3	4	5
2. Состояние инфраструктурных возможностей самого предприятия						
1		1	2	3	4	5
2		1	2	3	4	5
Итоговая оценка состояния второго блока		1	2	3	4	5
3. Внешние и внутренние факторы						
1		1	2	3	4	5
2		1	2	3	4	5
Итоговая оценка состояния третьего блока		1	2	3	4	5
4. Уровень инновационной культуры						
1		1	2	3	4	5
2		1	2	3	4	5
Итоговая оценка состояния четвертого блока		1	2	3	4	5
<b>Итого по блокам</b>						
1	Задел научно-технических собственных и приобретенных разработок и изобретений	1	2	3	4	5
2	Состояние инфраструктурных возможностей самого предприятия	1	2	3	4	5
3	Внешние и внутренние факторы	1	2	3	4	5
4	Уровень инновационной культуры	1	2	3	4	5
<b>Итоговая оценка состояния блоков</b>		1	2	3	4	5

$O_b$  – оценка  $i$ -го показателя инновационного потенциала базы сравнения (в баллах);

$V_i$  – коэффициент весомости  $i$ -го показателя (в относительных величинах).

При этом за базу сравнения принимают его инновационный потенциал за предыдущий период времени (год, 5 лет и т. д.). Используя показатель прироста инновационного потенциала, можно оценить интенсивность инновационного развития предприятия, рассчитывать показатель интенсивности инновационного развития. Показатель интенсивности инновационного развития предприятия показывает величину прироста его инновационного потенциала за один год (или другую единицу времени).

### ВЫВОДЫ

В работе предложены методические рекомендации оценки инновационного потенциала научной дея-

тельности. Используя предложенные рекомендации, можно проводить оценку интенсивности инновационного развития предприятия с целью выбора стратегии развития. ■

### ЛИТЕРАТУРА

**1. Баранчев В. П., Мартынов Л. М., Рузанкин А. Д., Степанов А. Е.** Механизм инновационного развития предприятия. // Изобретательство.– 2002.– № 7.– С. 9 – 17.

**2. Байлук В. В.** Научно-техническая деятельность – инновационная деятельность, направленная на непрерывное создание нового.– Пермь: Русская правда, 1998.– 157 с.

**3. Барыкин А. Н.** Механизм инновационного развития предприятия // Инвестиции, инновации, экономическая безопасность.– 2004.– № 8.– С. 92 – 98.

**4. Илляшенко С. М.** Управление инвестиционным развитием: проблемы, концепции, методы: учеб. пособие / Изд-во Университетская книга.– Сумы, 2003.– 278 с.

## ДУАЛІЗМ ВПЛИВУ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПРИЙМАЮЧІ КРАЇНИ

НАВРОЦЬКА Н. А.

кандидат економічних наук

Дніпропетровськ

У сучасних умовах інвестиційні ресурси практично будь-якої країни складаються як із внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій. Іноземний капітал є тим додатковим джерелом вкладень у національне виробництво товарів і послуг, що надає динамізм розвитку економіки країни-реципієнта. В умовах глобалізації зі збільшенням масштабів міжнародного руху капіталу роль інвестицій як важливого фактора економічного розвитку зростає. Для того, щоб ефективно, з найбільшою віддачею залучати іноземні інвестиції, важливо знати свої потреби в іноземному капіталі й грамотно направляти його потоки. Рішення такого завдання неможливо без зіставлення втрат і вигід від іноземних інвестицій для економіки країни.

Проблемі впливу іноземного капіталу на економіку приймаючих країн присвячено цілий ряд фундаментальних праць Дж. Мілля, А. Маршалла, Дж. Кейнса, Е. Хансена, Р. Харрода, М. Фрідмана, І. Шумпетера та ін. На сучасному етапі вплив іноземних інвестицій на економіку країни досліджується у працях В. Борщевського, Н. Вознесенської, Б. Губського, С. Захаріна, Д. Лук'яненка, Ю. Макогона, А. Омельченка, А. Пересади, О. Федоренка, А. Шакіна та багато інших. Незважаючи на появу великої кількості літератури, присвяченої цій проблемі, на нашу думку, продовжує існувати безліч питань, пов'язаних з неоднозначною роллю іноземного капіталу в розвитку країни-реципієнта.

Мета статті – проаналізувати та систематизувати основні напрямки впливу прямих іноземних інвестицій (далі – ПІІ) на економіку приймаючих країн.

У даний час прямі іноземні інвестиції розвиваються швидше, ніж внутрішні інвестиції та зовнішня торгівля, темпи їх зростання випереджують темпи зростання світового ВВП. Вони стали головним чинником глобалізації світової економіки. Феномен ПІІ спонукає уряди більшості провідних економік світу врахувати їхні загальні тенденції, механізм, поведінку та мотивацію учасників цього ринку. Основним і вагомим фактором активізації міжнародних інвестиційних процесів у світі нині є процеси транснаціоналізації та глобалізації, що обумовлюють формування інвестиційних потоків між різними країнами.

Прихильники політики залучення ПІІ відмічають, що іноземний капітал приходить в економіку в умовах відносної нестачі внутрішніх ресурсів і збільшує її інвестиційні можливості. Залучення ПІІ не тільки дозволяє активізувати інвестиційний процес у національній економіці, але й здатне привести до підвищення «якості» і стійкості цього процесу та має такі позитивні аспекти впливу:

1. ПІІ забезпечують трансферт технології, ноу-хау, передових методів управління та маркетингу й тим самим сприяють підвищенню ефективності використання виробничих ресурсів як у компаніях з іноземною участю, так і в національних фірмах приймаючої країни. Останнє може реалізовуватися через різні канали: ринкове придбання технологічних компонентів і ноу-хау (ліцензійні угоди); дифузії нової виробничої технології, технології менеджменту й маркетингу (угоди про виробничу кооперацію, угоди про менеджмент, мобільність кваліфікованих фахівців між іноземними й



національними компаніями), що являє собою ще один шлях технологічного трансферту. Додатковим каналом передачі технології може виступати її імітація або копіювання (копіювання нових продуктів, змісту й методів реклами, організації збутової мережі іноземних компаній) [18; 21].

2. Вплив інноваційних ППІ на продуктивність економіки в цілому, а через неї – на національні компанії, може сприяти появі нових сучасних технологій, які були раніше залучені як ППІ. Таким чином, поступово старі технології можуть бути витіснені [7, с. 15].

3. Розвиток сектора з іноземною участю має мультиплікативний ефект для всієї економіки, тому що супроводжується підключенням до нього місцевих поставальників, сприяє розвитку пов'язаних галузей, виявляє додатковий попит на кваліфіковану робочу силу [5]. Найчастіше іноземний інвестор бере на себе навчання й перенавчання місцевих кадрів (ефект навчання) [13; 14].

4. За продуктивністю праці іноземні підприємства, як правило, випереджають вітчизняні. Цей розрив обумовлений високою ефективністю нових потокових ліній і складальних підприємств, що належать іноземним інвесторам, їх більш вузькою спеціалізацією, меншою чисельністю управлінського й дослідницького персоналу [2; 4; 11; 15; 24].

5. Перевагами ППІ є податкові надходження, підвищення заробітна плата працівникам, що є чинником поповнення бюджету, збільшення заощаджень [23]. Іноземні фірми, що працюють на експорт, збільшують експортні доходи країни-реципієнта. Зростає внесок таких доходів у приріст її ВВП [1; 22].

6. ППІ, які спрямовані в нові або недостатньо розвинені сфери економічної діяльності, можуть бути чинником диверсифікованості національної економіки. Виникає так званий «ефект доповнення» – коли іноземні підприємства не виступають конкурентами місцевим компаніям а посідають власну нішу [9].

7. Здійснюючи імпортозаміщення, іноземний сектор здатний насичувати внутрішній ринок країни-реципієнта інвестицій дефіцитною продукцією, що не випускалася на місцевому ринку, формувати сучасну модель споживання, заохочувати конкуренцію [18].

8. Для країн з високим ступенем проникнення іноземного капіталу характерна й більш значна частка експортних доходів. Зростає внесок таких доходів у приріст ВВП країни-реципієнта [1; 8, р. 297 – 298]. Розширення експорту, покращення його структури за рахунок продукції сучасного машинобудівного комплексу, автомобільної й електронної промисловості, телекомунікацій та інших галузей високих технологій, виробленої на території приймаючої країни, впливає на її економічне зростання і надає йому стійкість, покращує стан платіжного балансу.

9. Збільшення обсягів ППІ сприяє поліпшенню структури припливу іноземного капіталу – заміщення відносно «коротких» (портфельних і боргових) капіталів більш довгими. Це за інших рівних умов веде до підвищення стійкості платіжного балансу та фінансової стабільності. ППІ більше стимулюють зростання економіки, ніж позичковий капітал [16].

10. Внаслідок поєднання ефектів при сприятливому збігу обставин приплив ППІ може розпочати процес, що самопідтримується, щодо включення місцевих компаній у міжнародні ланцюжки створення доданої вартості, підвищення їхньої конкурентоспроможності, залучення нових іноземних інвестицій і збільшення інвестицій у закордонні виробничі активи, необхідні для утворення виробничо-збутових ланцюжків (реалізація «ефекту доповнення» [10]).

11. Імпорт ППІ стимулює конкуренцію і пов'язані з нею позитивні явища (підриєв позицій місцевих монополій, зниження цін та підвищення якості продукції, що заміщує імпорт). Цей процес має назву – «ефект заміщення або витіснення» [6]; покращення умов конкуренції може сприяти розвитку середнього й малого бізнесу.

12. При правильній організації, стимулюванні й розміщенні ППІ можуть прискорити відновлення профілюючих галузей і регіонів [3].

13. ППІ сприяють загальній соціально-економічній стабільності й зниженню рівня економічної злочинності, стимулюючи виробничі інвестиції в матеріальну базу (верстати, устаткування, виробничі технології) на протизагу спекулятивним портфельним інвестиціям, які можуть раптово бути виведені з країни з украй негативними наслідками для економіки в цілому [16].

14. На відміну від іноземних позик і кредитів ППІ не стають тягарем зовнішнього боргу, а сприяють його погашенню. Сплата дивідендів з прямих іноземних інвестицій залежить від одержаного прибутку, тобто, на відміну від кредитів, вони пов'язані з кінцевим результатом, з ефективністю капіталовкладень. При цьому відбувається перенесення комерційного ризику на іноземних партнерів.

**Н**а сьогодні відомі позитивні наслідки прямого іноземного інвестування як для країн-донорів, так і для країн-реципієнтів. Це і відновлення на основі «Плану Маршалла» економіки ФРН, здійснення технологічного прориву Тайванем та Південною Кореєю, позбавлення умов економічного зростання пост-соціалістичних країн Центральної та Східної Європи. Деякі країни, наприклад, Аргентина, Бразилія, Гонконг, Малайзія, Сінгапур разом із прямими іноземними інвестиціями придбали передові виробничі технології, засвоїли сучасну технологію менеджменту, пройшли прискорений курс індустріалізації й досягли досить високого рівня економічного розвитку.

Світова практика засвідчує, що ППІ мають низку додаткових істотних переваг перед іншими формами економічного співробітництва, особливо для країн з перехідною економікою, а саме:

1. ППІ виступають як джерело додаткового продуктивного капіталу вкрай дефіцитного ресурсу в умовах глибоких структурних реформ у перехідних економіках. Іноземні інвестиції виступають як чинник структурної трансформації економіки.

2. ППІ можуть виступати як ефективний спосіб інтеграції перехідних економік у систему світового господарства. Оскільки вони впливають на розвиток різноманітних форм виробничого та науково-технічного

співробітництва їх можна розглядати як важливий фактор трансформації економіки у бік її відкритості світовому ринку.

3. В умовах економічної трансформації ПШ сприяють становленню нової інституціональної структури ринкової економіки, зміцнюють господарські зв'язки, що зароджуються на ринковій основі між економічними суб'єктами. У цьому змісті ПШ варто розглядати як діючий фактор інституціональної трансформації в перехідних економіках.

4. ПШ можуть підтримувати й активізувати інші форми фінансування й володіють рядом переваг перед національними джерелами капіталу та засобами міжнародних фондів: вони сполучають у собі капітал з одночасним переносом практичних навичок і управлінської майстерності із взаємовигідним обміном ноу-хау. Їхній мультиплікативний ефект може активізувати віртуальний інвестиційний цикл, що позитивно відіб'ється не тільки на виробництві, але також на інших секторах економіки («тягнучий» ефект для сільського господарства, «штовхаючий» – для сфери послуг).

5. ПШ сприяють здійсненню більш ефективної приватизації і реструктуризації економіки, створюють додаткові робочі місця, при цьому збільшуючи реальні доходи працівників.

**Р**азом з тим не можна не бачити й негативний вплив іноземних інвестицій на економіку країни – одержувача іноземного капіталу.

1. Країна, що сприймає ПШ, не тільки одержує певні грошові суми, але й віддає їх у формі обслуговування позик і переказу частини прибутку від прямих і портфельних вкладень. Негативний момент полягає в тому, що при регулярному надходженні інвестицій через певний час починається відтік доходів від вкладень, іноді більший, ніж самі інвестиції.

2. Недосконалість податкового законодавства й надмірно ліберальна зовнішньоекономічна політика сприяли розробці як резидентами, так і нерезидентами витончених схем укриття прибутку, які реалізуються через використання бартеру, грошових сурогатів, різноманітних форм неплатежів [17; 25; 26]. Використання переваг від транснаціоналізації, наприклад, трансфертних цін, дозволяє переносити сплату прибутків в країни із сприятливим рівнем оподаткування, і таким чином, не сплачувати податки в приймаючих країнах. Приховані в такий спосіб прибутки, як правило, ідуть за кордон [17].

3. Транснаціональні корпорації стримують економічний розвиток коли скуповують вітчизняні підприємства з метою усунення конкурентів [17].

4. ПШ найчастіше не ведуть до поліпшення структури нагромадження й виробництва в приймаючій країні, оскільки іноземні фірми, керуючись теорією життєвого циклу продукції, переводять за кордон переважно ті технології і устаткування, які в їхній країні втратили статус новітніх [17].

5. ПШ можуть загрожувати національній безпеці через засилля закордонних фірм у ВПК, що затрудняє збереження військових секретів.

6. Іноді можуть виникати загрози з приводу впливу ТНК на національну безпеку через різні правила гри для конкуруючих компаній, а також на систему керування й прозорість. Особливо це стосується державних ТНК [17; 20].

7. ТНК активно втручаються в законотворчі процеси в країні, схильні ігнорувати її екологічне й трудове законодавство й покладаються, головним чином, на закордонних постачальників [17].

8. Може виникати ризик диспропорційного розвитку економіки приймаючої країни (наприклад, за рахунок експансії ТНК у галузі, що забезпечують максимальний дохід при мінімальних ризиках (стратегічні, добувні)).

9. Іноді може існувати ризик несумлінної конкуренції ТНК (наприклад, демпінг) [17].

10. Якщо інвестор має кращі умови на місцевих ринках (продуктові, організаційні, технологічні, ресурсні та ін. переваги) існує ризик витиснення національних виробників, виникає «ефект заміщення або витиснення» [6].

11. В умовах слабості внутрішнього корпоративного сектора прихід на внутрішні ринки ТНК може призвести до виникнення на окремих ринках монополістичних (олігополістичних) ефектів і придушенню можливості появи на даних ринках конкурентоспроможних компаній з національним капіталом [17].

12. У випадку масштабного перепаду в прибутковості різних секторів національної економіки все більша частка ПШ може концентруватися в експортно-сировинному секторі. У результаті замість диверсифікованості економіки буде спостерігатися посилення її залежності від сировинного експорту. Даний ефект може стати тривалим у випадку, якщо високі глобальні ціни на сировину приведуть до завищення курсу національної валюти, а інвестування в обробні сектори національної економіки стануть не вигідними через зростання порівняльних витрат (порівняльна вартість робочої сили, енергії й т. п.), а також завищеної вартості реальних активів у цих секторах, вираженої в іноземній валюті [19].

13. У випадку здійснення ПШ через злиття й поглинання перехід компаній до іноземних власників може привести до перемикання грошових потоків корпоративного сектора на закордонних фінансових посередників. Це приведе до заморожування національного фінансового сектора в нерозвиненому стані й навіть до зниження обсягу його кредитних ресурсів. Внаслідок, для компаній, що не мають виходу на зовнішні ринки запозичень (у тому числі невеликим, належним вітчизняним власникам), доступ до кредиту може бути утруднений.

14. Купівля місцевих підприємств шляхом злиттів та поглинань може призвести до втрати продуктивності таких інвестицій. Фактично відбувається перехід вже існуючих активів від національних власників до іноземних. Це може призвести до збільшення рівня інфляції та необхідності замороження національних інвестиційних ресурсів інструментами монетарного впливу [17].

15. У деяких випадках здійснення ПШ за допомогою злиттів і поглинань може призвести до втрати національного контролю над стратегічно значимими активами в реальному секторі (сировинними ресурсами, технологіями, елементами інфраструктури) [18].

16. ПІІ може призвести до зниження загального рівня добробуту населення та трансферу прибутків на користь іноземного інвестора, що зумовлено надмірними державними пільгами на користь інвестора (наприклад, надання права на безкоштовне використання інфраструктурних сфер, протекціоністські заходи, надання пільгових кредитів) [17].

17. ПІІ можуть призводити до погіршення стану платіжного балансу країни-реципієнта, коли виробничі ланцюги вимагають збільшення постачання комплектуючих з-за кордону. ПІІ у виробництво з орієнтацією на збут на внутрішньому ринку призведуть до відтоку валюти з країни [17; 25].

18. Іноземні підприємства можуть суворо експлуатувати місцеві сировинні ресурси.

19. Значні обсяги ПІІ можуть призвести до збільшення залежності країни від іноземного капіталу [17].

20. ТНК іноді переносять з-за кордону виробництва, екологічно шкідливі для навколишнього середовища й здоров'я громадян.

Внаслідок позитивних і негативних впливів ПІІ на приймаючі країни виникає серйозне протиріччя їх інтересів та інтересів транснаціонального капіталу. Боротьба цих інтересів змушує уряди країн балансувати, зміщуючи економічну політику або у бік лібералізації міжнародного руху капіталу, або в напрямку протекціонізму й жорсткості мір регулювання. Дуалізм у залученні ПІІ приймаючими країнами проілюстрований змінами, які були внесені в національні режими регулювання (рис. 1).

## ВИСНОВОК

Наявна література й факти з реальної економічної дійсності свідчать, що іноземний капітал має різноманітний вплив на економіку приймаючої країни. Перевага прямих іноземних інвестицій перед національними джерелами капіталу полягає в тому, що вони супроводжуються передачею технологій та можуть створити мультиплікативний ефект зростання економіки шляхом включення у ланцюги виробництва місцевих виробників. Ефективно використані в перехідних економіках ПІІ можуть стати найважливішим фактором прискорення темпів економічного росту, оптимізації народногосподарської структури, підвищення конкурентоспроможності продукції й країни в цілому, становлення нової інституціональної структури ринкової економіки.

Але також вони можуть закріпити сировинну спрямованість економіки, підкорити своєму впливу виробництво продукції імпортозміщення зі швидкою віддачею капіталу, законсервувати місцеві наукомісткі та високотехнологічні виробництва. Тому приймаюча ПІІ країна повинна визначити національну стратегію стосовно них, яка покликана здійснити грамотне включення у світові потоки іноземного капіталу, максимізуючи національну вигоду. Цій меті також може сприяти вивчення вже наявних теорій, які виявили мотиви країн-донорів та країн, що приймають ПІІ, а також узагальнили та обґрунтували провідні напрямки руху іноземних інвестицій. Розуміння цих процесів дозволить прогнозувати зміни, з якими Україна може зіштовхнутися в міру свого розвитку при інтеграції у світовий ринок капіталів. ■

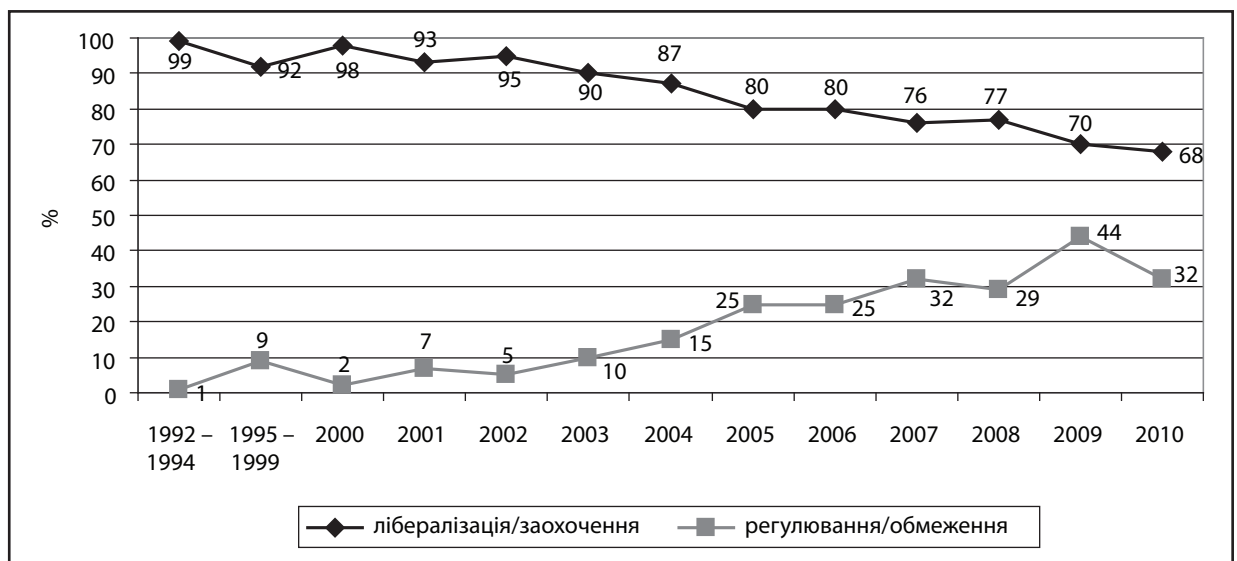


Рис. 1. Зміна національних режимів регулювання в світі, відсоток до загальної кількості змін за рік [20]

Очевидні такі суперечливі тенденції: країни продовжують неухильно вводити в дію нове законодавство й норми регулювання, щоб зробити свій інвестиційний клімат більше привабливим для інвесторів (число сприятливих змін перевищує число несприятливих), у той же час в останні роки відсоток негативних змін в інвестиційних режимах країн у загальній кількості змін зростає. У цілому більшість держав світу проводять відносно іноземних інвестицій ліберальну політику, надаючи їм національний режим діяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Bayoumi T., Lipworth G. Japanese Foreign Direct Investment and Regional Trade // IMF Working Paper, Asia Pacific Department 1997, WP/97/103.
2. Bielschowsky R. Two Studies on Transnational Corporations in the Brazilian Manufacturing Sector: The 1980s and Early 1990s // Division of Production, Productivity and Management Working Paper no. 18, ECLAC, 1994.

- 3. Blomstrom M., Konan D., Lipsey R.** FDI in the Restructuring of the Japanese Economy // NBER Working Paper 7693, May 2000.
- 4. Branstetter Lee.** Is FDI a channel for knowledge spillovers? Evidence from Japanese FDI in US, NBER, Working Paper, No. 8015.- Cambridge, MA: NBER, 2000.
- 5. Brown C. J.** Foreign direct investment and small firm employment in northern Mexico: 1987 – 1996. // Entrepreneurship & Regional Development; Apr 2002, Vol. 14 Issue 2.
- 6. De Gregorio J.** Economic Growth in Latin America // Journal of Development Economics, July 1992, no.39.
- 7. De Mello Luiz R.** Foreign direct investment in developing countries and growth: A selective survey // Journal of Development Studies; Oct. 1997, Vol. 34 Issue pp. 15.
- 8. Devereux J., Roberts B.** Direct Foreign Investment and Welfare in the Transforming Economies: The Case of Central Asia // Journal of Comparative Economics, 1997, vol. 24, no.3, pp. 297 – 298.
- 9. Harrison A., Love I., McMillan, M. S.** Global Capital Mows and Financial Constraints // NBER Working Paper 8887, 2002.
- 10. Harrison A., Love I., McMillan, M.S.** Global Capital Mows and Financial Constraints // NBER Working Paper 8887, 2002.
- 11. Kokko A.** Technology, Market Characteristics, and Spillovers // Journal of Development Economics, Amsterdam 1994, vol. 43.
- 12. Lipsey R.** Interpreting Developed Countries' Foreign Direct Investment // NBER Working Paper, July 2000, W7810 / papers/w7810.
- 13. Miche J.** Foreign Direct Investment and Human Capital Enhancement in Developing Countries. // Competition & Change; Dec2002, Vol. 6 Issue 4;
- 14. Nelson R. R., Mowery D. C.** (eds.) Sources of Industrial Leadership: Studies of Seven Industries.– Cambridge: Cambridge University Press, 1999.
- 15. Ramirez M. D.** Foreign Direct Investment in Mexico: A Co-integration Analysis // Journal of Development Studies; Oct2000, Vol. 37 Issue 1.
- 16. Razin A.** FDI Contribution to Capital Flows and Investment in Capacity // NBER Working Paper 9204, 2002.
- 17. Spero J. E.** The Politics of International Economic Relations/ Spero J. E., Hart.– Boston.– Wadsworth, Cengage Learning, 2010.– pp. 146 – 311.
- 18. UNCTAD.** WORLD INVESTMENT REPORT 2006 FDI from Developing and Transition Economies: Implications for Development. New York; Geneva: UNCTAD, 2006.– 77 p.
- 19. UNCTAD.** World Investment Report 2007. Transnational Corporations, Extractive Industries and development.– New York; Geneva: UNCTAD, 2010.– 49 p.
- 20. UNCTAD.** World Investment Report. 2010. Investing in a low-carbon economy.– New York; Geneva: UNCTAD, 2010.– 54 p.
- 21. Zhao H.** Technology Imports and Their Impacts on the Enhancement of China's Technological Capability // Journal of Development Studies, Bradford 1995, vol. 31.
- 22. Балацкий Е., Павличенко Р.** Иностранные инвестиции и экономический рост: теория и практика исследования // Мировая экономика и международные отношения.– 2002.– № 6.
- 23. Беліма М.** Регіональний розвиток України та прямі іноземні інвестиції // Економіка, Фінанси, Право.– 2002.– № 12.
- 24. Белоус Т.** Прямые иностранные инвестиции в России: плюсы и минусы // Мировая экономика и международные отношения.– 2003.– № 9.
- 25. Борщевський В. В.** Іноземні інвестиції як чинник регіонального розвитку // Фінанси України.– 2003.– № 10.
- 26. Бураковський І.** Теорія міжнародної торгівлі.– К.: Основи, 2000.– 241 с.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

**ЮСАФ АБ АБДИ АЛСУЛАИМАН**

*соискатель*

**Харьков**

**П**оследнее десятилетие было чрезвычайно удачным для торговли, которая превратилась в одну из динамично развивающихся областей и в которой процессы преобразований протекают наиболее активно.

Несмотря на мировой экономический кризис и его последствия, все большую популярность приобретают новые форматы торговых объектов, стремительные темпы создания которых оказывали содействие увеличению количества рабочих мест, обеспечению работой высвобожденных из других сфер деятельности работ-

ников. Объемы и динамизм развития торговой деятельности в значительной мере определяются эффективностью социально-экономической политики государства.

В этом контексте актуальной задачей является создание целостной многоуровневой эффективной системы правового регулирования торговли, особенно в сфере инвестиционной деятельности, являющейся залогом расширения и развития деятельности торговых организаций. В данном процессе важная роль отводится государственному регулированию.

Государственное управление инвестиционной сферой предполагает форму некоего «принуждения», без которого оно лишено смысла, поскольку, если бы рынок сам регулировал перелив капитала исходя из государственных интересов, то любое вмешательство государства в инвестиционный процесс было бы излиш-

ним. Поэтому государство должно соединить интересы общества, понимаемые, прежде всего, как сохранение его благополучия, с интересами предпринимательской деятельности, в том числе путем регулирования инвестиционных потоков [13, с. 123].

Проблемам государственного регулирования инвестиционной деятельности посвящены работы Е. В. Балацкий, О. А. Забелин, С. М. Васильченко, В. Г. Тихонова и др. Данные авторы вполне справедливо указывают на важнейшее место государственного участия в инвестиционном процессе. Вместе с тем на сегодня в научной литературе не выработано аналитического инструмента оценки эффективности государственного регулирования инвестиционной деятельности, в том числе и в области торговли, что в значительной степени тормозит развитие инвестиционных процессов в торговой деятельности.

Таким образом, целью данной статьи является описание методологических основ оценки эффективности государственного управления инвестиционной деятельностью в торговой сфере [1, с. 19].

В экономической литературе [2, 3, 4, 12] инвестиции однозначно рассматриваются как желательный и, порой, единственный инструмент развития экономики вне которого данное развитие становится невозможным.

С такой трактовкой инвестиций можно поспорить, поскольку существуют не менее эффективные механизмы экономического роста, например экономия ресурсов, повышение производительности труда и т. д.

Данные инструменты экономического роста вполне применимы и в практической торговой деятельности, где рациональное использование торговых площадей, использование современных торговых технологий в значительной степени нивелируют значение инвестиционной составляющей в торговой деятельности.

Вместе с тем, оставаясь важной составной частью развития системы национальной торговли, инвестиции, являясь, по сути, наиболее простой и именно поэтому наиболее желательной формой стимулирования торговой деятельности, находятся, в связи с этим, под пристальным вниманием государства, составляют одну из стратегических целей экономического регулирования

**Н**епосредственно обращаясь к проблемам государственного вмешательства в регулирование инвестиционного процесса в торговой деятельности, необходимо рассматривать эту часть государственного менеджмента в двух плоскостях:

1. В первом случае речь идет непосредственно о мерах государственного воздействия на инвестиционные процессы, инвестиционные проекты и привлечение инвестиции.
2. Во втором – как о деятельности государства по регулированию непосредственно анализируемой сферы деятельности, каковой в данном случае является торговля, которая, в принципе, определяет успешность и эффективность инвестирования [5].

Инвестиционная сфера деятельности в Украине регулируется правовой базой, которая охватывает свыше 100 правовых и нормативных документов (законов, постановлений, указов, положений, инструкций). Зако-

нодательную базу государственного регулирования иностранных инвестиций представляют: Закон Украины «Об инвестиционной деятельности» (первый нормативный акт, в котором изложены общие правовые, экономические и социальные условия инвестиционной деятельности на территории Украины) [7], Закон Украины «О защите иностранных инвестиций» [6] и Закон Украины «О режиме иностранного инвестирования» [8].

**О**собенностью государственного правового регулирования деятельности инвесторов на территории Украины является то, что рядом с указанными законами, которые регламентируют исключительно инвестиционную сферу в государстве, используют положение ряда межотраслевых законов и подзаконных нормативных актов, а также то, что законодательная база в сфере регулирования инвестиционной деятельности из года в год меняется, влияя на приток (отток) иностранных инвестиций и на вариацию уровня эффективности их использования.

Такая распыленность объясняется главным образом существованием широкого круга правоотношений, связанных с розничной торговлей. Здесь можно выделить несколько основных ступеней в иерархии нормативных актов. Первыми в этой структуре следует назвать законы. Характеризуя законы, регулирующие правоотношения в розничной торговле, можно отметить, что в своем большинстве эти законы лишь косвенно связаны с этими правоотношениями. Среди законов, непосредственно регулирующих розничную торговлю, можно отметить Налоговый кодекс Украины, Закон Украины «О государственном регулировании производства и оборота спирта этилового, коньячного и плодового, алкогольных напитков и табачных изделий», Закон Украины «О защите прав потребителей», Закон Украины «О применении регистраторов расчетных операций в сфере торговли, общественного питания и услуг», Закон Украины «О ставках акцизного сбора и ввозной пошлины на некоторые товары (продукцию)», Закон Украины «О патентовании некоторых видов предпринимательской деятельности», Закон Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг» и прочие.

Кроме того, существуют письма, разъяснения и прочие документы, издаваемые различными органами государственной власти, которые с трудом можно назвать нормативными актами, но которые разъясняют правовую позицию соответствующего органа по тому или иному вопросу. Нельзя забывать и о местном законодательстве отдельных взятых населенных пунктов Украины.

Вместе с тем вызывает сомнения, насколько такая сложная законодательная база отвечает функциональной сущности деятельности государства в области регулирования инвестиционных отношений в сфере торговли.

Обращаясь к анализу данной проблемы на более глубоком научном уровне, отметим полное отсутствие методологического обеспечения аналитическое процедуры, целью которой является определение эффективности государственных усилий по регулированию инвестиционной деятельности в торговле. С этой целью дальнейшая оценка может быть проведена на основе ис-

пользования метода или точнее методики «эталонных разниц», предложенной К. Кастелло в качестве инструмента экономического анализа [14, с. 323].

В основе этой методики лежит утверждение, что эффективность любого действия может быть оценена в сравнении с неким эталоном, значение которого априори составляет 100%. Соответственно показатели эффективности изучаемого объекта или субъекта может быть рассчитана как отношение 100% результата – эталона к результатам, достигнутым объектом (субъектом). Этот метод хорош своей простотой и возможностью самостоятельно изучать экономические явления, однако и в нем имеется ряд сложностей, в частности речь идет о сложностях при выборе эталона, а также о необходимости некой статистической базы, обеспечивающей сравнимость полученных результатов. Вместе с тем данные международной статистики дают возможность оценить уровень эффективности государственного регулирования инвестиционной деятельности в области торговли, избрав некий эталон для анализа.

В частности, за основу такого анализа могут быть взяты данные отчета Международной финансовой корпорации о ведении бизнеса в мире Doing Business, которые дают возможность оценить насколько государственные усилия формируют позитивный инвестиционный климат в стране [9].

На сегодня в Украине осуществляют свою деятельность 8 национальных операторов (торговых сетей, которые присутствуют в 4-5 экономико-географических регионах страны), 7 региональных операторов (в 2-3 регионах), 48 локальных операторов (в 1 регионе) и 5 международных операторов (центральный офис и контроль деятельности осуществляется из-за границы), вместе с тем и в уставном капитале многих национальных операторов также присутствует доля зарубежных инвестиций.

Зарубежных инвесторов не останавливает тот факт, что за по данным отчета Международной фи-

нансовой корпорации о ведении бизнеса в мире Doing Business 2010, в рейтинге простоты открытия и ведения бизнеса Украина занимает 134 место среди 183 стран.

В частности, в отчете сказано, что в 2010 году в Украине существовало 10 процедур, которые надо осуществить для регистрации, выполнение которых занимает до 27 дней. Стоимость открытия бизнеса составляет 5,8 процента показателя национального дохода на душу населения, который в 2010 году был равен \$186,4.

Кроме того, для открытия нового предприятия нужен минимальный уставной капитал, который составляет 153,5 процентов национального дохода на душу населения, т.е. \$4932. Тем временем в десяти странах, где условия открытия бизнеса намного проще, в частности, в Канаде, Австралии, Новой Зеландии, Грузии, Беларуси, Македонии, и других, существует максимум шесть процедур, выполнение которых занимает до шести дней и равен четырем процентам дохода на душу населения.

В Украине же на сегодня предприниматели имеют возможность подать весь пакет документов в одно окно и ждать пока за них будут собраны все нужные разрешения и документы для открытия предприятия. Вся процедура занимает несколько месяцев, соответственно данный факт также снижает привлекательность инвестирования в торговлю [11].

Ни в одной из этих стран, как и в 70-и других мировых экономик, нет требований к минимальному уставному капиталу для открытия бизнеса, кроме того количество законов, регулирующих торговую и инвестиционную деятельность в Украине является чрезмерно высокой, вместе с тем непозволительно высоким является и количество торговых предприятий с присутствием иностранного капитала, которое выражается как в прямом участии иностранных инвесторов в деятельности торговых предприятий, так и в опосредованном влиянии на деятельность предприятий торговли в качестве акционеров, совладельцев и т. д. (табл. 1).

Таблица 1

**Рейтинг стран по показателям легкости процесса открытия и ведения торгового бизнеса (составлено автором по данным отчета Doing Business in 2011)**

№ в рейтинге	Страна	Количество процедур	Продолжительность, дней	Стоимость, % от дохода на душу населения	Статутный капитал, % дохода на душу населения	Количество торговых предприятий, тыс.	Количество торговых предприятий с присутствием иностранного капитала, тыс.	Количество законов, регулирующих торговую и инвестиционную деятельность в сумме, шт.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Новая Зеландия	1	1	0,4	0	4,2	0,2	17
2	Канада	1	5	1,7	0	118,8	12,1	42
3	Австралия	2	2	0,8	0	18,9	1,2	31
4	Сингапур	3	3	0,7	0	1,8	0,7	32
5	Грузия	3	3	3,7	0	1,2	0,1	11
6	Македония	4	4	2,5	0	2,7	0,4	28
7	Белоруссия	5	6	1,7	0	11,3	0,1	345

1	2	3	4	5	6	7	8	9
8	США	6	6	0,7	0	249,4	72,1	32
9	Ирландия	4	13	0,3	0	18,1	0,9	21
10	Маврикий	5	6	4,1	0	3,1	–	11
56	Турция	6	6	14,2	9,5	57,7	9,7	76
77	Молдова	8	10	7,0	11,4	11,1	9,8	42
106	Россия	9	30	2,7	1,8	231,3	115,1	265
117	Польша	6	32	17,9	15,3	31,1	2,9	31
134	<b>Украина</b>	10	27	5,8	153,3	65,3	41,2	307

Соответственно данные табл. 1 позволяют избрать эталон для определения эффективности государственного управления инвестиционной деятельностью в торговой сфере, а также проанализировать показатели данной эффективности.

В качестве эталона избрана страна, стоящая в рейтинге на первой позиции, в данном случае – это Новая Зеландия, в которой показатели эффективности управления принимаются за 100%.

Расчет показателя эффективности государственного вмешательства в инвестиционную деятельность торговых предприятий предлагается проводить по формуле [10]:

$$P_{звн} = (N_m / N_u) / (N_n + N_d + N_z \cdot C_d + C_k),$$

где  $P_{звн}$  – показатель эффективности государственного регулирования инвестиционной деятельности в торговой сфере (%);

$N_m$  – количество торговых предприятий (тыс.);

$N_u$  – количество торговых предприятий с присутствием иностранного капитала (тыс.);

$N_n$  – количество процедур, необходимых для открытия бизнеса (шт.);

$N_d$  – количество дней, необходимых для регистрации бизнеса (дней);

$N_z$  – количество законов, регулирующих инвестиционную и торговую деятельность;

$C_d$  – стоимость открытия бизнеса, от дохода на душу населения (%);

$C_k$  – статутный капитал в проценте дохода на душу населения (%).

По данной формуле рассчитаем показатель эффективности государственного управления инвестиционной деятельностью в торговой сфере в стране-эталоне ( $P_{звнэ}$ ):

$$P_{звнэ} = (4,2 / 0,2) / (1,0 + 1,0 + 0,4 + 0,0 + 17,0) = 1,08.$$

Далее рассчитаем показатель эффективности государственного управления инвестиционной деятельностью в торговой сфере в Украине ( $P_{звну}$ ):

$$P_{звну} = (65,3 / 41,2) / (10,0 + 27,0 + 5,8 + 153,3 + 307,0) = 0,003.$$

Если приять, что Новая Зеландия реализует свой потенциал в области регулирования инвестиционной деятельности в сфере торговли на 100% и этот показатель является эталоном, то в таком случае Украина ис-

пользует этот же потенциал на 28% ( $0,003 \times 100\% : 1,08 = 0,277\%$ ).

## ВЫВОДЫ

Таким образом, простые расчеты показывают, что законодательное регулирование инвестиционной деятельности в торговой сфере Украины далеко от идеала и, по сути, не решает проблем воздействия инвестиционно-торговых экстерналий на саму эффективность торговой деятельности. В этой связи государству необходимо обратить самое пристальное внимание на совершенствование механизма управления инвестиционной деятельностью в торговле, в том числе и на основе изучения передового опыта в данной сфере экономики и государственного управления. ■

## ЛИТЕРАТУРА

- 1. Балацкий Е. В.** Инструменты государственной политики в системе регулирования инвестиций / Е. В. Балацкий, О. А. Забелин // Общество и экономика.– 2005.– № 5.– С. 18 – 22.
- 2. Бланк И. А.** Инвестиционный менеджмент / И. А. Бланк.– К.: МП «ИТЕМ» ЛТД, 1995.– 448 с.
- 3. Васильченко С. М.** Теоретичні основи інвестування / С. М. Васильченко // Фінанси України.– 2001.– № 1.– С. 93 – 98.
- 4. Головки Я. Д.** Вплив інвестицій на здійснення структурних зрушень в економіці України / Я. Д. Головки // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем : зб. наук. праць МННЦ ІтiС.– Вип. 3.– К. : 2002.– С. 21 – 28.
- 5. Ершов Ю.** Подходы к реформированию инвестиционного климата в России: законодательная база // Внешнеэкономический бюллетень.– 2003.– № 6.
- 6. Закон України «Про захист іноземних інвестицій»** від 10.09.1991 р., № 1540.– Доступний з <http://www.zakon.rada.gov.ua>
- 7. Закон України «Про інвестиційну діяльність»** // Відомості Верховної Ради України.– 1992.– № 10.– Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
- 8. Закон України «Про режим іноземного інвестування»** // Верховна Рада України від 19.03.1996 р., № 93/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
- 9. Звіт Міжнародної фінансової корпорації про ведення бізнесу в світі Doing Business.** [Електронний доку-



мент].– Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2012/>

**10. Норткотт Д.** Принятие инвестиционных решений : пер. с англ. / Д. Норткотт.– М. : Изд-во «Банки и биржи», 1997.– 448 с.

**11.** Скільки часу треба для відкриття бізнесу в Україні. [Електронний документ].– Режим дорступу: <http://myronenko.org.ua/node/54>

**12. Тихонова В. Г.** Эффективность прямых иностранных инвестиций : Автореферат на соискание ученой степени кандидата экономических наук.– М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005.– 24 с.

**13.** Финансы: Учебник. // Под ред. С. И. Лушина, В. А. Слепова.– М. : Изд-во Рос. экон. акад., 2000.– 492 с.

**14. Costello K.** Bases of macroeconomic analysis.– N. J.: Prentice-Hall, 2003.– 412 p.

## ОЦІНКА ТЕРМІНІВ ЗАМІНИ МОДЕЛЕЙ МАШИН І ОБЛАДНАННЯ

АДАМОВСЬКА В. С.

Кривий Ріг

**П**ідвищення техніко-технологічного рівня виробничих процесів, що є обов'язковим для гірничо-збагачувальних комбінатів, потребує великих інвестицій. У той же час інвестиційна привабливість вітчизняних промислових підприємств є недостатньою. Така ситуація зумовлена недосконалістю методик переоцінки вартості основних фондів підприємств.

Враховуючи значну частку машин і обладнання у вартості активів промислових підприємств, достовірність вартості техніки в поточному періоді з урахуванням її зносу зумовлює правильність розрахунків собівартості продукції, прибутку й інших показників, що впливають на вартість підприємства, його ринкову капіталізацію та інвестиційну привабливість.

Дослідження в даному напрямі необхідні для розробки методичних підходів до визначення фізичних строків служби машин та обладнання з урахуванням їх морального зносу

Теоретичною та методологічною основою дослідження послужили роботи вітчизняних і зарубіжних авторів у галузі оцінки економічної ефективності використання у народному господарстві нової техніки, обладнання, винаходів, а також існуючі типи і галузеві методики, рекомендації щодо оцінки ефективності капітальних вкладень.

Безліч робіт присвячено питанням строків служби і оновлення моделей машин і обладнання, однак актуальним і невирішеним залишається найголовніше, а саме, яким чином ув'язати ці два поняття.

У процесі дослідження використані праці таких відомих економістів, як А. Є. Розенплентер, С. Ф. Покропивний, В. Ф. Спирін, Р. З. Акбердін, В. П. Александрова, а також Б. Є. Бачевський, Е. А. Решетняк, А. В. Чернобай та багатьох інших.

Деякі автори, а саме: С. М. Ямпольський, А. М. Майданович, пропонували для визначення строку ефективної експлуатації моделі будувати низку взаємозамінних знарядь праці,

Більш глибоке вивчення питання оцінки оцінки термінів служби машин і обладнання досліджено в робо-

тах С. В. Козаченко, В. Я. Нусінова, Н. М. Круглої тощо, але проблема не знайшла свого остаточного розв'язання, адже актуальним і невирішеним залишається питання, яким чином ув'язати ці два поняття? Визначення термінів служби машин і обладнання через строки служби їх моделей, обумовлених моральним зносом другого роду, а також оцінка термінів заміни моделей машин на нові покращені аналоги, і розрахунок економічного ефекту від упровадження нової машини на прикладі гірничо-збагачувальних комбінатів.

У довгостроковій перспективі інвестиції в нову техніку залишаються найважливішим, визначальним фактором економічного розвитку, зростання ефективності виробництва промислового підприємства.

Діюча одиниця обладнання виникає як наслідок реалізації проекту машини певної моделі, її виготовлення та продажу з подальшим введенням в експлуатацію. Цей об'єкт має всі властивості моделі, які можуть бути змінені тільки в процесі зміни конструкції цього діючого об'єкта. Діюча машина може бути замінена, модернізована або припасована до лінії чи комплексу машин. Зі заміною машини її модель може залишитись, якою і була, або змінитися на іншу – ту, що замінює [1].

**З**аміна діючого обладнання на підприємстві, що його експлуатує, може бути викликана цілою низкою причин: високим рівнем фізичного зносу, який робить подальшу експлуатацію обладнання неефективною; швидким зростанням рівня морального зносу другого роду, що випереджає зростання зносу фізичного.

Із факторів, які впливають на напрямок, форму й види відновлення, як це зазначено в роботі Н. Д. Свірідової [2], виокремлено зовнішні фактори (моральний і фізичний знос, методи державного регулювання економічних процесів, кон'юнктури ринку, економічну й політичну стабільність, стан довкілля).

Основними різновидами зносу основних фондів є фізичний і моральний. При цьому моральний (економічний) знос основних фондів відповідно до характеру причин, які його викликають, має декілька форм.

*Моральний знос 1-го роду* – це вид зносу, зумовлений здешевленням вартості виробництва об'єктивних аналогів.

*Моральний знос 2-го роду* – це вид зносу, зумовлений науково-технічним прогресом (створенням нової техніки з відмінностями в дизайні, складі конструкцій-

них матеріалів в об'єктах-аналогах, зі змінами в технологічному циклі виробництва).

На думку О. О. Орлова, до першої форми морального зносу належить знос, який визначається зниженням вартості цих основних засобів у зв'язку зі скороченням витрат суспільно необхідної праці на їх створення через зростання продуктивності праці в галузях, що виробляють ці основні фонди. Друга форма морального зносу пов'язана з НТП, тобто це знос основних фондів унаслідок створення більш продуктивної техніки [3].

О. В. Гончарук обґрунтовує методику визначення морального зносу техніки, що передбачає одночасне врахування співвідношення продуктивності й економічності оцінюваної машини та найбільш досконалого аналога (базової машини), вагомості цих чинників, а також передбачає можливість проведення розрахунків на основі вартісних або натуральних показників [4].

Актуальною залишається проблема знаходження строків служби моделі машин і обладнання.

Загалом у дисертаційній роботі розглянуто два способи оцінки морального зносу 2-го роду:

- 1) за середньогруповими витратами [5];
- 2) за відповідністю кращим аналогам [6].

За останнім способом, а саме, відповідність кращим зразкам-аналогам, методика оцінки є досить простою й зрозумілою, оскільки відомо, що в певному році з'явиться аналог і необхідно буде після завершення визначеного часу перейти на використання нового зразка. Заміна техніки на кращі світові зразки відбувається не одразу, а поступово (партиями), тобто розрахунки здійснюються за середньогруповим рядом.

При розрахунках за середньогруповим рядом необхідно забезпечити потрібні показники (прибуток або зниження витрат).

Однак, на нашу думку, середньогруповий ряд залежить ще й від того, як саме здійснюється заміна (кількість базових і нових машин). І тому цей ряд буде різним у відповідному році заміни. Тому запропоновано розраховувати середньогруповий ряд для кожного року експлуатації машин.

Наприклад, у  $n$ -му році введено в експлуатацію певну партію машин, і розраховуємо, яким буде середньогруповий ряд. У наступному році ( $n+1$ ) ці витрати будуть уже інші, адже введено в експлуатацію нову партію машин.

Таким чином, необхідно не абстрактно говорити про середньогруповий ряд і про машини загалом, тому що виникають питання: коли здійснювати заміну на нові машини? Яким чином їх замінювати?

Доцільно було б знайти абсолютний максимум (період часу), пізніше від якого не можна експлуатувати відповідну модель машин. Так, наприклад, деякі автори пропонують при введенні нової машини відповідність їй встановлювати через коригування ціни.

Однак у нашому випадку йдеться про деякий максимум, який при появі нової машини визначається за формулою:

$$T_n + T_6 \rightarrow \max, \quad (1)$$

де  $T_n, T_6$  – строк служби відповідно нової й базової машини.

У роботі запропоновано методику визначення для кожного року впровадження машин такого інтервалу часу, протягом якого повинна бути замінена модель машини у зв'язку з тим, що на конкурентному ринку з'явилась більш перспективна модель вітчизняного або зарубіжного зразка. Іншими словами, така заміна машин зумовлена моральним зносом 2-го роду.

Для початку необхідно згадати, що, як зазначав А. Є. Розенплентер, одним із факторів, який впливає на ефективність техніки, є зниження затрат у результаті науково-технічного прогресу [7].

Визначення періоду часу ( $T$ ), протягом якого оцінювана машина умовно не буде поступатись кращим аналогам фірм-конкурентів, тобто відповідність за вартісними показниками, здійснюється за такою формулою:

$$C_6 \times (1 - \%НТП)^T = C_n, \quad (2)$$

де  $C_6, C_n$  – величина приведених витрат відповідно по базовій й новій машинах, тис. грн;

$\%НТП$  – величина планового прибутку, зумовлена появою більш прогресивної техніки;

$C_6 \times (1 - \%НТП)$  – зниження витрат у результаті науково-технічного прогресу;

$T$  – період часу, протягом якого модель машини буде конкурентоздатною, тобто строк служби моделі, років.

Отже, моральний знос 2-го роду означає, що в конкурентів з'явилась або очікується поява машини кращого зразка.

Згідно із запропонованою автором методикою, визначення фізичного строку служби машини відбувається з урахуванням морального зносу. Тобто, змінюється сама задача розрахунків дійсних строків служби машин, відповідно до яких обирається мінімум з двох значень:

- 1) за даними підприємства фактичне значення по фізичному строку служби машини;
- 2) з урахуванням морального строку служби моделі машин найбільш ранню точку початку оновлення.

У цій ситуації необхідно ввести таке поняття, як моральний знос «особливого» роду, який буде визначати фізичний знос, оскільки моральний знос менший, ніж фізичний.

Вибір необхідного мінімального строку початку оновлення моделі машин, представлено таким виразом:

$$T_{служби} = \min\{T_{служби_{м.з.}}, T_{служби_{факт}}\}, \quad (3)$$

де  $T_{служби}$  – найбільш рання точка (мінімальне значення) початку оновлення моделі машин;

$T_{служби_{факт}}$  – фізичний строк служби машин за даними підприємства;

$T_{служби_{м.з.}}$  – строк служби машини з урахуванням морального зносу.

Визначення строку служби машини з урахуванням морального зносу здійснюється, виходячи з рівняння (2):

$$T_{служби_{м.з.}} = \frac{\ln \frac{C_n}{C_6}}{\ln(1 - \%НТП)}. \quad (4)$$

Встановивши рік початку оновлення моделі машин і обладнання з урахуванням морального зносу другого роду, тим самим визначено першу базу відліку за середньогруповими витратами. Тобто, ми взяли деякий нульовий відрізок часу й починаємо розрахунки. Якщо на певному відрізку не відбудеться заміна на нові машини, то будемо мати відповідний лаг у часі, який за нормованими вартісними показниками (собівартість, прибуток тощо) буде відставати від кращих світових зразків. Як висновок зауважимо: чим пізніше підприємство буде впроваджувати нові машини, які забезпечать кращі економічні показники, тим пізніше воно досягне результату, визначеного нормованими значеннями показників.

Автор погоджується з твердженням про необхідність визначення середньогрупових витрат, з тим, що заміна машин відбувається рядами (партиями) у декілька років [5]. Однак, на відміну від статичної оцінки середніх витрат за весь термін служби моделі, нами запропоновано динамічну оцінку для кожної партії впроваджуваних машин. Тобто, визначається декілька строків служби машин відповідно до середньогрупових витрат за кожним роком заміни і, виходячи з цього, розраховується середній строк служби моделі. При цьому, для кожного року впровадження нових машин, що має на увазі відповідну зміну бази відліку за середньогруповими витратами, визначається початок і кінець здійснення такої заміни.

З агалом, визначено дві бази відліку за середньогруповими витратами для визначення початку і закінчення заміни моделі машин: спочатку знайдено мінімальний строк початку оновлення з урахуванням морального зносу (перша база відліку); у наступному році такої заміни не враховуються середньогрупові витрати по замінені у попередньому періоді машинах, тобто змінюється база відліку. Вважається, що замінені машини з погіршеними технічними характеристиками відправляються на інші ділянки роботи (вскришні ділянки), які не вимагають максимальної потужності при мінімальних витратах.

Отже, запропоновано визначити діапазон для кожного року, коли впроваджуються нові машини. Заміна здійснюється по цілому ряду, а ті машини, що залишаються в кінці, вже потрібно замінювати на нову модель відповідно до морального зносу 2-го роду.

Необхідно розуміти, що заміна машин відбувається не одразу, а поступово, а тому необхідно для кожного року такої заміни визначити діапазон, коли необхідно починати й закінчувати впровадження нових машин, тобто нижню та верхню границі. Адже одноетапна повна заміна характерна для цілісних комплексів, а не для окремих машин і обладнання.

Для того, щоб розрахувати діапазон заміни моделей машин у зв'язку з моральним старінням техніки, перш за все визначається, яким чином буде проводитись заміна: або одразу замінюються всі базові машини на нові покращені зразки, або поступово. З цією метою вводимо формулу розрахункової величини приведених витрат ( $Z_p$ ), яка визначається відповідно до способу заміни машин і враховує моральний знос 2-го роду:

$$Z_t^p = \frac{Z_n \times N_t^h + Z_o \times N_t^o}{N_t^h + N_t^o}, \quad (5)$$

( $t = 1, \dots, n$ )

де  $Z_o, Z_n$  – приведені витрати відповідно за базовою й новою машинами;

$N_t^o$  – кількість одиниць базової техніки, яка залишилась після заміни на нові машини;

$N_t^h$  – кількість одиниць впровадженої нової техніки.

Відповідно до знайдених за формулою (5) розрахункових величин приведених витрат за роками заміни ( $Z_{pi}$ ) розраховуються середньогрупові витрати по ряду для кожного року заміни машин за відповідними базами відліку. При цьому, як вже зазначалося, кожного року заміни база відліку змінюється.

Знайдені наближені, з мінімальним відхиленням, значення середньогрупових витрат зіставляються з розрахованими величинами ( $Z_{pi}$ ) відповідного року з метою визначення того діапазону ( $T_i$ ), у який здійснюється заміна моделі машин, що, знову ж таки, необхідно визначити для кожного року впровадження машин по цілому ряду. Іншими словами, аналізуючи ряд, визначаються нижня й верхня межі інтервалу заміни моделі машин з урахуванням морального зносу.

Після того, як визначено діапазон заміни машин на нові покращені аналоги, розраховується ефект від впровадження нової машини ( $E\phi$ ).

Починати розрахунок необхідно з визначення дійсних строків служби машини, враховуючи заміну машин по цілому ряду в кожному році. Враховуючи знайдений за формулою (4) строк служби моделі, розраховується середній фізичний строк служби для кожного року заміни, тобто через строк служби моделі.

Отже, ці розрахунки необхідні для того, щоб строк служби машини ув'язувався зі строком служби моделі.

Вищезазначене дає змогу модифікувати формулу знаходження ефекту, використовуючи в розрахунках фактичний середній фізичний строк служби машини, який залежить від строку служби моделі.

Таким чином, досліджено декілька методів і використано найбільш жорсткий. Посилаючись на інших авторів, можна визначити максимально можливий строк служби. Однак, на нашу думку, є доцільним визначення діапазону заміни для кожного року впровадження нових машин на основі групових витрат.

## ВИСНОВКИ

У результаті дослідження розв'язано важливе наукове завдання теоретичного обґрунтування, розробки й впровадження більш точних методів оцінки ефективності використання нової техніки, що надало змогу сформулювати такі висновки:

1. В умовах НТП оцінка нових видів зносу стає визначальною при обґрунтуванні економічно доцільних термінів служби окремих машин і обладнання. Обґрунтовано методику співвіднесення строків служби машини з рівнем морального зносу.

2. Досліджено декілька методів і використано найбільш жорсткий. Посилаючись на інших авторів, можна визначити максимально можливий строк служби. Однак доцільним є визначення діапазону заміни для кожного року впровадження нових машин на основі групових витрат.

3. Серед основних положень розробленої методики визначення строку служби моделі виокремлено такі: визначення строку служби моделі за середньогруповими витратами; знаходження середнього строку служби машини, який залежить від строку служби моделі, і на базі цього – розрахунок ефекту машин з урахуванням знайденого строку служби. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. **Войченко Т. О.** Оцінка ринкової вартості суден водного транспорту: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.07.04 – економіка транспорту і зв'язку / Т. О. Войченко.– Київ, 2005.– 25 с.

2. **Свірідова Н. Д.** Економічний зміст оновлення основних виробничих фондів : зб. наук. праць «Інформаційно-керуючі системи залізничного транспорту».– Харків : ХарАЗТ, 2000.– № 1.– С. 7 – 8.

3. **Орлов О. О.** Планування діяльності промислового підприємства : підручник / О. О. Орлов.– К. : Скарби, 2002.– 336 с.

4. **Гончарук О. В.** Методи визначення морального зносу машин та устаткування на підставі вартісних і натуральних показників / Т. Г. Бень, О. В. Гончарук // *Металлургическая и горнорудная промышленность.*– 2006.– № 2.– С. 101 – 104.

5. **Козаченко С. В.** Экономические проблемы повышения качества вновь создаваемых комплексов машинной техники. / С. В. Козаченко, А. М. Майданович.– К. : Общество «Знание» Украинской ССР, 1977.– 30 с.

6. **Козаченко С. В.** Инвестиционный анализ проектов техники / С. В. Козаченко, В. Я. Нусинов.– Кривой Рог: Издательство «Минерал», 1997.– 191 с.

7. **Розенплентер А. Э.** Экономическая эффективность новой техники на карьерах / А. Э. Розенплентер, В. Е. Богданюк.– М. : Недра, 1976.– 183 с.

## АНАЛІЗ СВІТОВИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**БОДРОВА Н. Е.**

*кандидат технічних наук*

**БУЛАТОВ К. П.**

**Харьков**

**З**а останній час світова автомобільна індустрія почала виходити з кризи, і вже за останні два роки виробництво та парк автомобілів значно зросли. На сьогоднішній день автомобільна промисловість забезпечує майже 11% ВВП розвинутих країн світу, однак надто високий розвиток ставить під загрозу навколишнє середовище, тому за темпами зростання виробництва й накопичення парку дуже гостро стоять питання нових технологій та альтернативних видів пального.

Багато з цих проблем підіймається у наукових працях Іллічова Н. М., Галченкова Ю. С., Єгорова І. В., Олейнікова А. М., Петухова В. С., Кондратьєва В. Б.

*Метою* даної статті є огляд діючих світових тенденцій автомобільної промисловості та їх аналіз.

Одним з найважливіших показників світової автомобільної промисловості є виробництво нових автомобілів, оскільки, визначаючи темпи його зміни, можна надати оцінку багатьом важелям, що від нього залежать та виникають внаслідок його розвитку.

Автомобілебудування, як галузь машинобудування, зародилася у 80 – 90-х роках XIX ст. у Франції та Німеччині, а наприкінці XIX – початку XX ст. у Англії, Австро-Угорщині (Богемія), Італії, США, Бельгії, Канаді, Швейцарії та Швеції у зв'язку з потребою у механізації сухопутних перевезень під час Першої світової війни.

Починаючи з середини XX ст., автомобілебудування належить до провідних галузей промисловості зі все зростаючим ступенем монополізації.

Протягом усієї історії становлення автомобільної галузі було дуже багато спадів і підйомів у розвитку як технологічних аспектів побудови самого автомобіля, так і кількісного накопичування транспортного парку.

Рішучим фактором був і є сьогодні – економічний стан країн та світової економіки у цілому. У цьому можна переконатися при розгляді динаміки світового виробництва автотранспорту (*рис. 1*). Порівнявши хронологію світових економічних криз і темпів випуску автомобілів, можна побачити досить чіткий взаємозв'язок.

Основні світові масштабні фінансові кризи відбувалися у 1997 р. (азіатська криза), у 2001 р. (аргентинська криза) та у 2008 – 2009 рр. (остання світова фінансова криза). Як видно з рис. 1, спади світового виробництва автомобілів спостерігалися саме у ці періоди. Найбільш значущою була остання криза, що призвела до зниження виробництва світової автомобільної промисловості на 16,13%. Протягом даної кризи відбувалось значне погіршення основних економічних показників у більшості розвинених країн, що спричинило глобальну рецесію у тому ж році. Іпотечна криза у США, яка почалася у 2007 р., спровокувала у вересні 2008 р. кризу ліквідності світових банків. Банки припинили видачу кредитів, зокрема, кредитів на покупку автомобілів. Як наслідок, обсяги продажів автомобільних гігантів почали скорочуватися.

Слід зазначити, що з початком світової фінансової кризи у 2008 р. світове автомобілебудування, за винятком китайського, виявилось у числі найбільш депресивних галузей глобальної економіки. Концерни GM

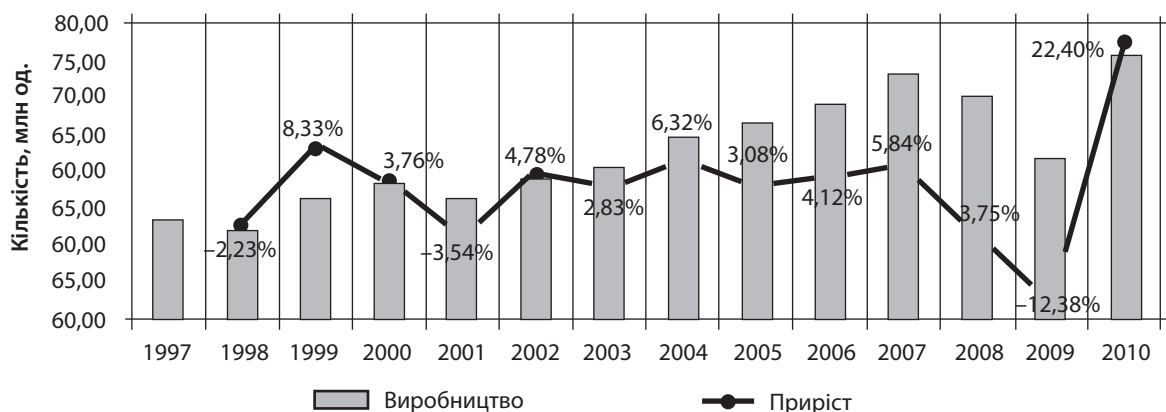


Рис. 1. Світове виробництво автомобілів

і Chrysler були змушені вже восени 2008 р. звернутися до уряду США за багатомільярдами кредитами, без яких їх виживання стало практично неможливим. Аналогічні кредитні запити до своїх національних урядів пред'явили і автовиробники Європи та Росії.

У 2010 р. світова автомобільна промисловість почала виходити з глобальної рецесії. Річний обсяг продажів у цьому році зріс до 68,5 млн автомобілів порівняно з 51,3 млн у 2009 р. На теперішній час світові обсяги продаж досягли рівня 75,6 млн автомобілів.

Зміни у світовому автомобілебудуванні активно відбувалися й щодо країн-лідерів з виробництва автотранспорту. Якщо, наприкінці ХХ ст. великі американські концерни склали трійку лідерів (General Motors, Ford, Chrysler), то у перших роках ХХІ ст. їх позиції на світовому ринку вперше були потіснені японськими автомобільними підприємствами, представленими компаніями Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi. Також активно почали розвиватись і європейські автовиробники, серед яких основними світовими конкурентами ста-

ли концерни Volkswagen Group, Daimler, BMW, Renault, PSA Peugeot Citroën, FIAT.

Остання фінансова криза внесла свої корективи у розподіл ринку виробництва автотранспортних засобів (рис. 2). Так, безперечними лідерами на сьогодні залишаються концерни General Motors (США), Toyota (Японія), Volkswagen Group (Німеччина), однак спостерігається тенденція зростання активності компаній Південної Кореї та інших азіатських країн. Слід також зазначити, що найбільшими темпами у першому десятиріччі відбувається розвиток автомобілебудування Китаю, завдяки лідируючому положенню у залученні іноземного капіталу, активної антикризової податкової політики й кредитної підтримки держави. Таким чином, при збереженні таких темпів розвитку, у перспективі саме Китай може стати лідером автомобільної промисловості, випереджаючи американські, японські та європейські компанії.

При розгляді світового виробництва легкових автомобілей як основного виду автомобілебудування (табл. 1) можна визначити такі тенденції.

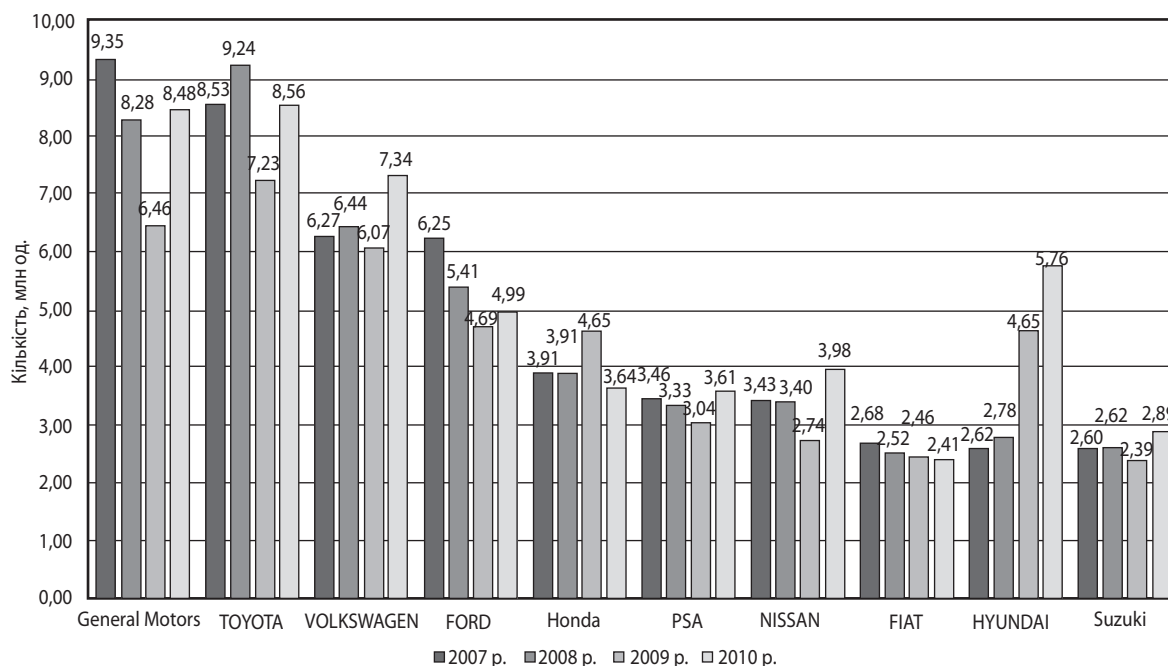


Рис. 2. Виробництво автотранспортних засобів світовими лідерами

Таблиця 1

**Виробництво легкових автомобілей за країнами (об'єднаннями країн), %**

Країна (об'єднання країн)	2000 р.	2005 р.	2010 р.
ЄС	35,9	34,1	25,8
НАФТА	20,3	14,2	8,7
БРІК	8,4	15,8	33,5
Японія	20,3	19,2	14,2
Південна Корея	6,3	7,2	7,6
Інші	8,8	9,5	10,2

У країнах ЄС і Японії спостерігається тенденція зберігання обсягів виробництва автомобілей у 2000 – 2005 рр. та поступового спаду за часи фінансової кризи 2008 – 2009 рр. Більш значний спад автомобільної промисловості відбувався у країнах НАФТА (США, Канада, Мексика). Країни БРІК (Бразилія, Росія, Індія, Китай), навпаки, демонструють активне зростання виробництва автотранспортних засобів. Показники у даній галузі Південної Кореї показують повільне зростання впродовж усього періоду, що розглядається.

Стосовно України, спостерігається тенденція, аналогічна загальним світовим змінам, проте підйоми та спади виявилися більш значними, що говорить про високу залежність від зовнішніх економічних факторів (рис. 3).

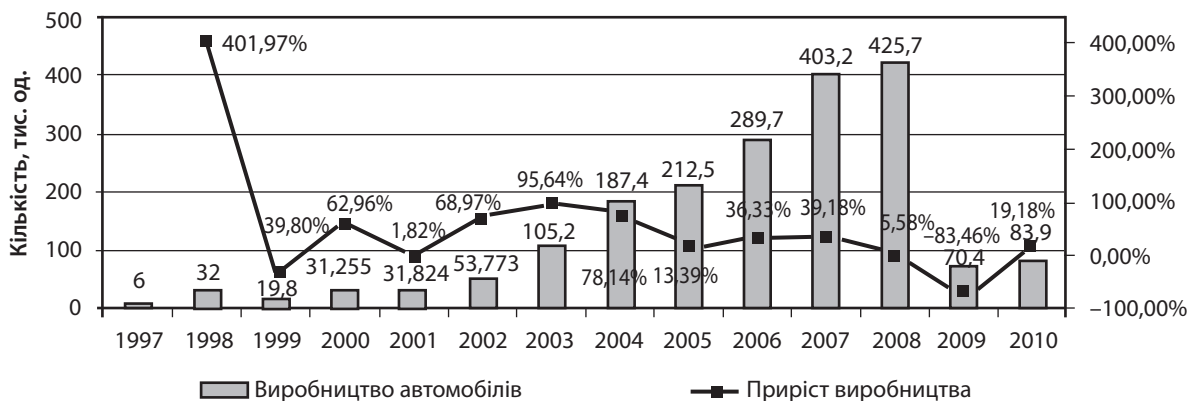


Рис. 3. Виробництво автотранспортних засобів в Україні

Слід також відзначити, що наслідками економічних криз є не тільки рецесія виробництва, а ще й неможливість придбання автотранспортних засобів серед широких верств населення.

Аналіз ринку автомобільного транспорту України протягом 2003 – 2010 рр. говорить про позитивну тенденцію розвитку до середини 2008 р., яка почала незначно відновлюватися у 2010 року. Наслідки фінансової кризи відобразилися не тільки на показниках виробництва, але й на торговельному балансі. Якщо обсяги імпорту напередодні кризи становили 489,7 тис. автомобілей, то у 2009 р. вони знизилися у 4,3 раза (рис. 4). Характерною рисою автомобільної галузі в Україні також є її спрямованість на внутрішні ринки. Обсяги експорту складають невеликі значення порівняно із обсягами ви-

робництва. До країн, яким експортують вітчизняні автомобілі, належать: Росія (95,8%), Азербайджан (2,5%), Сірія (0,7%), Казахстан (0,4) та Білорусія (0,3). У цілому, значні річні обсяги імпорту автомобілей, що практично співпадають з обсягами виробництва, свідчить про низьку конкурентоспроможність вітчизняних автотранспортних засобів. Негативним фактором також є тенденція поступового перевищення імпортованого транспорту порівняно з його виробництвом в останні роки, що свідчить про проблеми розвитку даної галузі промисловості в Україні.

У цілому можна сказати, що за останнє десятиріччя спостерігається щорічне зростання парку автомобільної техніки в Україні. Причому фінансова криза спричинила лише сповільнення темпів його зростання (рис. 5).

Суттєвою проблемою світової автомобільної промисловості є використання у багатьох країнах транспортних засобів, які знаходяться в експлуатації більш, ніж 10 років. На відміну від сучасних технологій, такі застарілі автомобілі не дають змогу зменшити викид вуглекислого газу та багатьох шкідливих речовин. Отже, питання викиду вуглекислого газу становить реальну загрозу для екології й життя на планеті в цілому. Наразі сьогодні є багато шляхів, які б допомогли зменшити викиди шкідливих речовин у навколишнє середовище. До них належать:

- ✦ дослідження у сфері альтернативного виду палива;

- ✦ політика держав на впровадження та розповсюдження таких технологій;
- ✦ утилізація старих автомобілів;
- ✦ уникнення заторів на вузьких місцях доріг;
- ✦ «екологічне» водіння автомобільної техніки.

Не лише автомобілі викидають в зовнішнє середовище небезпечні речовини, але зменшення цього сектора буде дуже помітним (рис. 6).

Підсумовуючи дані щодо світового виробництва автотранспортних засобів, можна сказати, що загальне виробництво у 2010 р. становило понад 75 млн автомобілів, фургонів, вантажівок і автобусів, що є еквівалентним глобальному обороту приблизно 2,2 трлн євро. Якщо автомобільне виробництво представити у вигляді країни, це була б шоста найбільша економіка у світі.



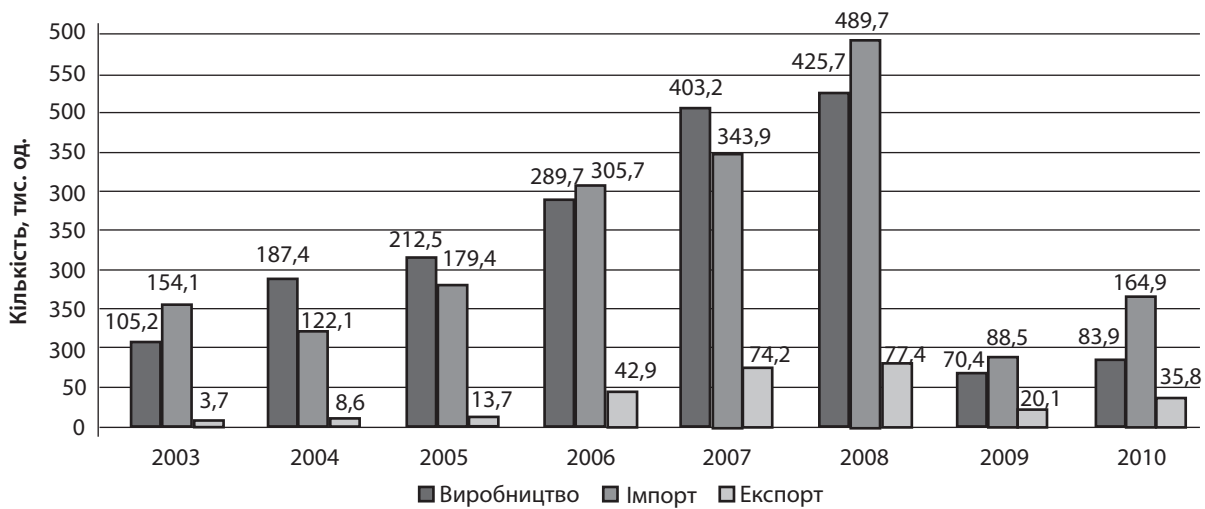


Рис. 4. Співвідношення експорту, імпорту та виробництва автомобілів в Україні

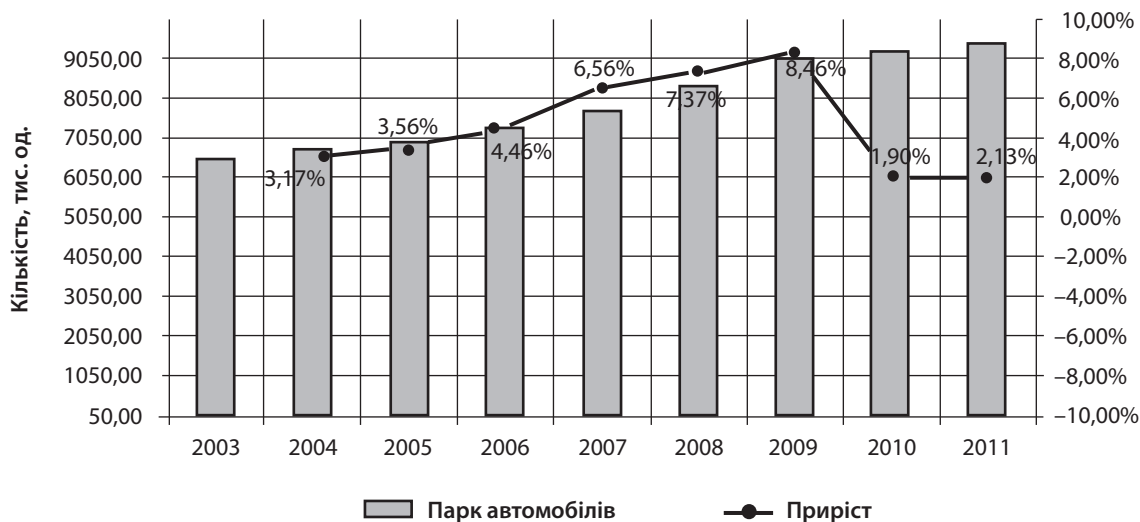


Рис. 5. Парк автомобільної техніки в Україні

Виробництво таких обсягів автомобільної техніки вимагає працевлаштування більш, ніж 8,3 млн працівників, які безпосередньо зайняті у створенні транспортних засобів і частин, що йдуть до них. Це більш, ніж у сім відсотків від загальної чисельності зайнятих виробництвом у світі. Окрім цього, кількість зайнятих у сфері надання послуг, пов'язаних з автомобільною промисловістю, торгівлею та обслуговуванням, приблизно у п'ять разів більше, ніж основних працівників, зайнятих на підприємствах-виробниках.

У 2010 р. загальну кількість працівників, зайнятих у цій сфері у 2010 р., було оцінено у кількості понад 50 млн осіб [3]. Але рівень зайнятості у автомобільній промисловості не є однаковим у

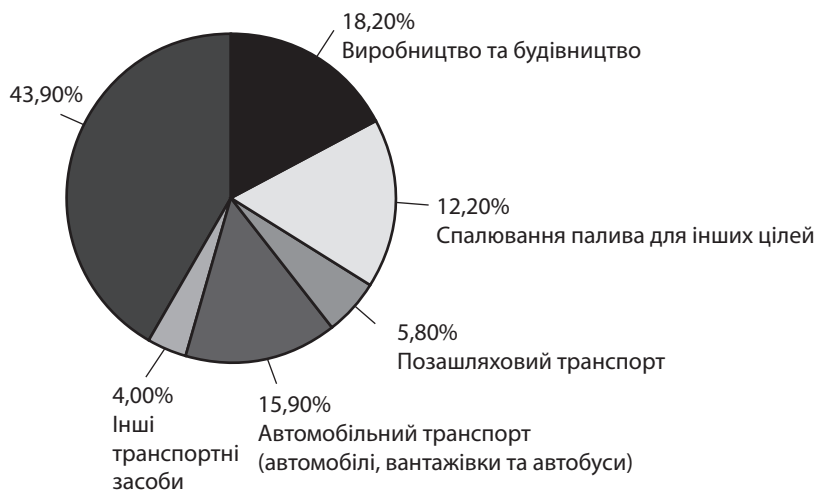


Рис. 6. Викид вуглекислого газу у навколишнє середовище у 2010 р.

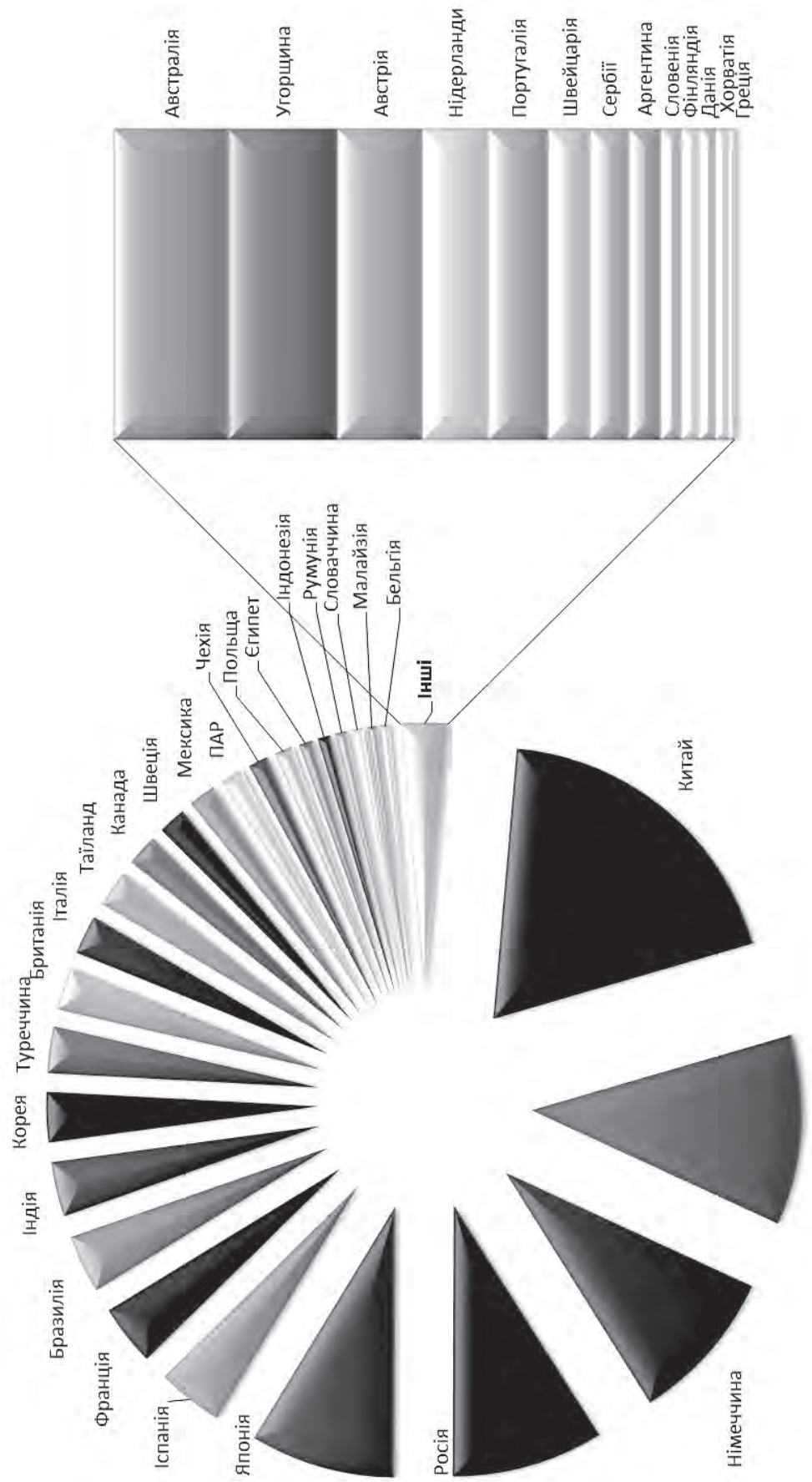


Рис. 7. Зайнятість у світовій автопромисловості у 2010 р.

різних країнах. Найбільший рівень зайнятості спостерігається у Китаї (19%), США (11%) та Японії, Німеччині та Росії (9%), що відповідає територіальним розміщенням великих автомобільних концернів (рис. 7). Також достатній рівень зайнятості у цій промисловості мають такі країни, як Франція, Іспанія, Південна Корея, Бразилія, Індія, Італія, Великобританія (3 – 4%). Зайнятість в інших країнах зумовлена, в основному, наявністю закордонних філій основних світових виробників.

## ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки. За останні десятиріччя світова автомобільна промисловість стала однією з провідних галузей світової економіки. Глобальні фінансові кризи призводять до значного спаду виробництва автотранспортних засобів, сповільнення темпів його зростання та зміни у розподілі ринків між підприємствами-виробниками.

На сьогодні основне виробництво автомобілів зосереджено у декількох великих концернів, материнські компанії яких знаходяться у США, Німеччині, Японії, Південній Кореї та Росії. Найбільші темпи розвитку спостерігаються щодо автомобілебудування Китаю, завдяки його лідируючому положенню у залученні іноземно-

го капіталу, ефективної податкової політики й кредитної підтримки держави.

Рівень зайнятості у даній галузі світової економіки працівників, що працюють у сфері послуг, обслуговування та торгівлі, перебільшує основних робітників, які зайняті безпосередньо у сфері виробництва, більш, ніж у п'ять разів.

Характерними рисами вітчизняної автомобільної промисловості є низька конкурентоспроможність автотранспортних засобів, особливо легкових автомобілей, спрямованість на внутрішні ринки й перевищення обсягів імпорту порівняно з виробництвом.

Основною проблемою, що потребує негайного вирішення, є пошук шляхів переходу до виробництва екологічного автомобільного транспорту. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Офіційний сайт Європейської асоціації виробників автотранспорту [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://www.acea.be>.
2. Офіційний сайт Міжнародної організації підприємств автомобільної промисловості [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://oica.net>.
3. Автомобільна галузь в Україні. Статистичний збірник 2010 / Дані Асоціації автовиробників України [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://ukrautoprom.com.ua>

## КУРС НА ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ

**ГРИМБЛАТ С. О.**

*кандидат экономических наук*

**БАТЫРЬ Ю. Г.**

*кандидат экономических наук*

**Харьков**

Уровень экономического развития государств в XXI веке будут определять научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства. Это значит, что в глобальной экономической конкуренции выигрывают страны, которые обеспечат благоприятные условия для научных исследований и научно-технических разработок, инновационной деятельности в широком понимании. В связи с этим важно подчеркнуть, что семь ведущих держав мира, владея 46 макротехнологиями, контролируют свыше 80% рынка наукоемкой продукции.

Основными изменениями в товарной структуре мировой торговли является рост удельного веса готовых изделий (прежде всего машин и оборудования), химических товаров, при падении доли топлива, сырья и продовольствия. По данным Мировой организации тор-

говли, в течение последнего десятилетия прошлого века в объемах мирового экспорта часть сельхозпродукции уменьшилась с 12,2% до 9%, добывающей продукции – с 14,3% до 13,1%, продукции отделочной промышленности – увеличилась с 70,5% до 74,9%. При этом часть машиностроительного и транспортного оборудования увеличилась с 35,8% до 41,5%, офисного и телекоммуникационного оборудования – с 8,8% до 15,2%, химической промышленности – с 8,7% до 9,3% [1].

Тремя условиями, которые дают возможность странам продвигаться вверх по технологической лестнице, является: 1) политическая стабильность, которая позволяет инвесторам надеяться на получение прибыли; 2) наличие большого класса предпринимателей, инженеров, техников и квалифицированных рабочих, которые разрабатывают и производят товары; 3) соответствующая система образования для подготовки образованных специалистов, которые владеют знаниями, необходимыми для применения новых технологий.

Если оценивать вклад агропродовольственного комплекса в экономику страны в финансовом измерении, то его часть в производстве валовой продукции страны (102 из 917 млрд грн) составляет больше 11 процентов. Однако современный аграрный сектор экономики пока еще не использует свой потенциал в полной мере (табл. 1).

Таблица 1

## Уровень и структура производства валовой продукции в сельском хозяйстве Украины, млрд грн

Показатель	1990 г.	2000 г.	2005 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
<b>Все формы предприятий</b>							
Валовая продукция, всего	145,9	77,9	92,6	88,8	103,9	102,1	100,5
Растениеводство	101,3	43,5	54,0	49,7	64,9	61,5	58,7
Животноводство	44,6	34,3	38,6	39,0	39,1	40,5	41,9
<b>Сельскохозяйственные предприятия</b>							
Валовая продукция, всего	66,6	26,5	33,8	35,4	47,9	45,8	45,1
Растениеводство	49,9	17,8	21,7	20,6	32,1	28,5	26,4
Животноводство	16,7	86,6	12,1	14,8	15,7	17,3	18,7
<b>Хозяйства населения</b>							
Валовая продукция, всего	79,3	51,4	58,8	53,3	56,1	56,3	55,4
Растениеводство	51,4	25,7	32,2	29,1	32,7	33,0	32,2
Животноводство	28,1	25,6	26,5	24,3	23,3	23,2	23,2

Если в 1990 году сельскохозяйственные предприятия (колхозы, совхозы, межхозяйственные предприятия) использовали 93,7% сельскохозяйственных угодий, а личные крестьянские хозяйства – 6,3%, в 2000 г. – соответственно 82,2; 15,1 и фермерские – 2,7%, то в 2009 году – 46,6; 42,5 и 10,9%. Сельскохозяйственные предприятия в 1990 году произвели 69,4% валовой продукции, а хозяйства населения – 30,6%; в 2000 г. – 38,3; 60,7 и фермерские – 1%; валовой продукции, фермерские – 1%; в 2009 г. показатели составляли соответственно 40,4; 53,9 и 5,7%.

В 2009 г. против 1990 г. произведено валовой продукции 71,3%, тогда как в 1999 г. 48,6%, в том числе растениеводства – соответственно 97,5 и 53,1, а животноводства – 49,3 и 44,9%, получен наивысший за всю историю сельскохозяйственного производства Украины урожай зерновых – 53,3 млн тонн, против 50,1 млн т в 1990 году.

Некоторых позитивных сдвигов достигли сельскохозяйственные предприятия. С 2000 года, благодаря созданию новых рыночных форм ведения хозяйства,

в них наблюдаются ускоренные темпы прироста производства, которое дало возможность значительно увеличить их удельный вес в производстве продукции. Если в 2000 г., используя 82,2% угодий, сельскохозяйственные предприятия произвели лишь 38,3% валовой продукции, то в 2009 г. на 46,6% угодий уже произвели 40,4% продукции [3].

Основным фактором повышения эффективности производства растениеводства является урожайность сельскохозяйственных культур, который за последние 20 лет к сожалению находился на очень низком уровне относительно прошлых лет. Так, урожайность зерновых в 2009 г. снизилась до 29,8 ц/га, или на 17,4%, подсолнечника осталась на том же уровне, и только овощи и плоды повысили урожайность на 21 62% соответственно.

За годы независимости нашего государства ситуация которая сложилась в сельском хозяйстве и в самой отрасли животноводства неблагоприятна, в связи со слабой адаптированностью ее к условиям рыночной экономики (табл. 2).

Таблица 2

## Динамика объемов производства продукции животноводства в Украине

Показатель	1990 г.	2000 г.	2005 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Поголовье КРС	24623,4	9423,7	6514,1	5490,9	5079,0	4826,7	4494,4
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	21083,3	5037,3	2491,8	1926,8	1720,1	1627,1	1526,4
хозяйства населения	3540,1	4386,4	4022,3	3564,1	3358,9	3199,6	2968,0
Поголовье коров	8378,2	4958,3	3635,1	3095,9	2856,3	2736,5	2631,2
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	6191,6	1851,0	866,2	678,6	624,3	604,6	589,1
хозяйства населения	2186,6	3107,3	2768,9	2417,3	2232,0	2131,9	2042,1
Поголовье свиней	19426,9	7652,3	7052,8	7019,9	6526,0	7576,6	7960,2
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	14071,2	2414,4	2602,4	2869,5	2730,9	3307,9	3625,2
хозяйства населения	5355,7	5237,9	4450,4	4150,4	3795,1	4268,7	4335,2
Поголовье овец и коз	8418,7	1875,0	1629,5	1678,6	1726,9	1832,5	1731,7
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	7165,5	413,3	270,9	301,2	300,1	315,9	298,4

1	2	3	4	5	6	7	8
хозяйства населения	1253,2	1461,7	1358,6	1377,4	1426,8	1516,6	1433,3
Поголовье птицы, млрд.гол.	246,1	123,7	161,9	169,3	177,5	191,4	203,8
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	132,9	25,3	66,6	80,1	87,9	100,3	110,6
хозяйства населения	113,1	98,4	95,3	89,2	89,6	91,1	93,3
Производство мяса всех видов	4357,8	1662,8	1597,0	1911,7	1905,9	1917,4	2059,0
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	3099,0	438,1	588,1	918,8	979,5	1034,2	1134,4
хозяйства населения	1258,8	1224,7	1008,9	992,9	926,4	883,2	924,6
Производство молока	24508,3	12657,9	13714,4	12262,1	11761,3	11609,6	11248,5
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	18634,1	3668,7	2582,5	2178,0	2089,9	2236,0	2216,6
хозяйства населения	5874,2	8989,2	11131,9	10084,1	9671,4	9373,6	9031,9
Удой на одну корову за год, кг	2863	2359	3486	3665	3793	4049	4082
в т. ч. сельскохозяйственные предприятия	2941	1588	2952	3187	3366	3893	3927
хозяйства населения	2637	2960	3643	3846	3903	4090	4112
Производство яиц, млрд.шт.	16,3	8,8	13,0	14,1	14,9	15,9	17,1
Производство шерсти, т	29804	3400	3195	3449	3755	4111	4192
Среднесуточный прирост КРС, г	431	255	392	416	449	469	461
Среднесуточный прирост свиней, г	229	120	281	307	361	375	375
Несучесть курицы-несушки, шт.	214	213	274	275	278	280	281

Как видим из табл. 2, ситуация, в которой оказалась животноводческое производство Украины за 20 лет независимости, является просто катастрофической. В 2009 г. относительно 1990 г. поголовье крупного рогатого скота сократилось до 4,8 млн, или в 5,1 раза, коров – до 2,6 млн, или в 3,1 раза, свиней до 7,9 млн, или в 2,6 раза, овец до 1,7 млн (в 3,4 раза), птицы – на 28,8%.

Несмотря на некоторое повышение продуктивности сельскохозяйственных животных за этот период (КРС на 8,8%, коров на 55,0%, свиней на 63,8%), производство основных видов животноводческой продукции

также существенно сократилось: молока в 2,1 раза, мяса в 2,3 раза.

Монопольное положение перерабатывающих предприятий и высокие затраты сельскохозяйственных товаропроизводителей обусловили превышение последних над первыми по большинству видов сельскохозяйственной продукции, особенно животноводческой (табл. 3).

Как видим из табл. 3, в 1990 г. сельское хозяйство Украины было прибыльным с уровнем рентабельности 42,6%, все отрасли также были прибыльными, кроме производства шерсти (-2,4%). После ряда проведенных

Таблица 3

## Уровень рентабельности в сельскохозяйственных предприятиях, %

Виды продукции	1990 г.	2000 г.	2005 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010г.
Сельское хозяйство, всего	42,6	-1,0	6,8	15,6	13,4	13,8	21,1
Зерно	275,1	64,8	3,1	28,7	16,4	7,3	13,9
Сахарный буряк	29,5	6,1	4,8	-11,1	7,1	37,0	16,7
Подсолнечник	236,5	52,2	24,3	75,9	18,4	41,4	64,7
Картофель	27,2	14,0	17,8	24,7	7,9	12,9	62,1
Овощи	27,6	-1,7	16,1	14,1	11,1	19,1	23,5
Флоды	83,8	-1,1	12,7	8,5	13,9	16,2	14,9
Растениеводство, всего	98,3	30,8	7,9	32,7	19,6	16,9	26,7
Мясо КРС	20,6	-42,3	-25,0	-41,0	-24,1	-32,9	-35,9
Мясо свиней	20,7	-44,3	14,9	-27,6	0,3	12,1	-7,8
Молоко	32,2	-5,5	12,2	13,8	4,1	1,4	17,9
Яйца, 1000 шт.	27,3	-0,7	23,5	9,1	13,0	13,1	18,6
Шерсть	-2,4	-75,8	-72,8	-80,6	-74,7	-79,4	-82,2
Животноводство, всего	22,2	-33,8	5,0	-13,4	0,1	5,5	7,8

реформ в 2000 г сельское хозяйство стало убыточным с уровнем рентабельности -1,0 %, причем животноводство также было убыточным (-33,8%), а растениеводство прибыльным (+30,8%). В 2009 г. сельское хозяйство в целом вышло на 13,8% рентабельности, растениеводство 16,9%, животноводство 5,5%, но остается убыточным производство мяса КРС (-32,9%) и шерсти (-79,4%).

Кризисное состояние, в котором находится экономика Украины, наглядно отображается динамикой таких обобщенных показателей, как ВВП и роли в нем валовых инвестиций (табл. 4).

рассматриваем государственную поддержку как метод определения приоритетов развития той или иной отрасли сельского хозяйства.

По расчетам, затраты сельхозпроизводителей на производство продукции будут достигать около 225 млрд грн на год, достичь уровня рентабельности производства сельскохозяйственной продукции в пределах 50-55% возможно только при условии государственной поддержки на уровне 60 – 65%. ■

Таблица 4

**Распределение источников финансирования инновационной деятельности**

Источники финансирования	2000 г.		2005 г.		2008 г.		2009 г.	
	Млн грн	%	Млн грн	%	Млн грн	%	Млн грн	%
Всего	1757,1	100,0	5751,6	100,0	11994,2	100,0	7949,9	100,0
Собственные средства	1399,3	79,6	5045,4	87,7	7264,0	60,6	5169,4	65,0
Государственный бюджет	7,72	0,4	28,06	0,5	337,0	2,8	127,0	1,6
Местный бюджет	1,78	0,1	14,9	0,3	15,8	0,1	7,4	0,1
Внебюджетные средства	33,38	1,9	0,25	-	-	-	1,66	-
Отечественные инвесторы	49,41	2,8	79,6	1,4	169,4	1,4	31,0	0,4
Иностранные инвесторы	133,1	7,6	157,9	2,7	115,4	1,0	1512,9	19,0
Кредиты	109,9	6,3	409,7	7,1	4045,0	33,7	941,6	11,8
Прочие источники	22,47	1,3	15,7	0,3	47,7	0,4	159,0	2,1

Как и в прошлые годы, основным источником финансирования инновационной деятельности были собственные средства предприятий, часть которых в общем объеме финансирования и составила 65% (969 предприятий использовали эти средства). Бюджетные средства получили лишь 38 предприятий, объем которых составил 1,7% общего объема финансирования, средства отечественных и иностранных инвесторов - соответственно 12 и 23 предприятия (0,4% и 19%), кредиты – 51 предприятие (11,8%).

**Выводы**

Среди инновационно-инвестиционных мероприятий развития агропромышленного комплекса мы

**ЛИТЕРАТУРА**

1. **Лукинов И. И.** Эволюция экономических систем.- М.: Экономика, 2002.- 567 с.
2. **Саблук П. Т., Месель-Веселяк В. Я., Федоров М. М.** Аграрна реформа в Україні // Економіка АПК.- К.: 2009.- № 12.- С. 3 – 13.
3. **Зубець М. В.** Виклад звітної доповіді на загальних зборах Національної академії аграрних наук України // Економіка АПК, 2011.- № 1.- С. 3 – 11.
4. **Стадник В. В., Йохна М. А.** Инновационный менеджмент : Учебное пособие.- К. : Академвидав, 2006.- 464 с.
5. Статистичний щорічник : Сільське господарство України за 2010 рік / Под ред. Остапчука Ю. М.- К. : Госкомстат України, 2011.- 384 с.

## ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОЩУВАННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ М'ЯСНОЇ ХУДОБИ ЗАЛЕЖНО ВІД СЕЗОНУ ОТЕЛЕНЬ

МІНЕНКО К. В.

кандидат економічних наук

Харків

Спеціалізоване м'ясне скотарство – одна з специфічних галузей тваринництва. Ця специфічність полягає в тому, що від корів одержують єдину продукцію – теля, вирощене ними до 6 – 8-місячного віку. Технологічним етапом у виробництві яловичини, притаманним тільки м'ясному скотарству, є вирощування телят до шести – восьмимісячного віку на повному підсосі під м'ясними коровами. У цьому і полягає функція маточного поголів'я, тому витрати на основне стадо розподіляються на отриману за період підсосу продукцію, яка, у свою чергу, складається з маси телят при народженні й їх приросту за час вирощування під коровою. У м'ясному скотарстві теля приймає на себе витрати на утримання матері.

Таким чином, головними шляхами зниження собівартості продукції є підвищення ділового виходу телят, збільшення їх маси при відлученні, максимальне скорочення витрат на утримання маточного стада. За даними канадських науковців [1], саме показник ділового виходу телят має у 10 разів більший вплив на економічну ефективність вирощування молодняку м'ясної худоби порівняно з показниками якості м'яса і в 5 разів більше порівняно з показниками середньодобових приростів. За даними Черкаєва А. В., критичний показник ділового виходу є 70 телят в розрахунку на 100 корів [2]. За умов наявності цього показника на рівні, нижче зазначеного, витрати на утримання ялових корів автоматично обумовлюють збитковість вирощування молодняку, що залишився, навіть за умов одержання від нього продуктивності, наближеної до максимальної реалізації генетичного потенціалу. Відомо, що наслідком збільшення сервіс- та міжотельного періодів м'ясних корів є різке скорочення виходу телят у розрахунку на 100 корів.

До обов'язкових заходів, які нівелюють таке становище, відносять осіменіння корів у перші 3 місяці після отелення, що суттєво підвищує темпи відтворення стада. Найбільш прийнятним вважається інтервал між отеленням 11 – 12 місяців. За умов його подовження більше 12 місяців стає неможливим щорічно отримувати теля від кожної корови. Таким чином, показник виходу телят обумовлюється часовим терміном, який складається з двох періодів: термін вагітності і сервіс-періоду. Середній термін вагітності корів становить 285 днів з невеликими коливаннями у бік збільшення або зменшення. Виходячи з цього, вирішальний вплив на кількість телят, яких отримують від корів упродовж року, має саме сервіс-період. Саме це дає підстави віднести

сезонність отелення корів до факторів, які, обумовлюючи рівень ділового виходу телят, мають суттєвий вплив і на підсумкову економічну ефективність вирощування молодняку.

Відповідно до результатів досліджень Ільченко Т. І. та інших авторів [3, 4] найкраща відтворювальна здатність корів фіксувалася при весняно-літніх отеленнях. Автори пов'язують це з тим, що у корів в цей період більша частина терміну вагітності проходила у найбільш сприятливий пасовищний період. На момент отелення і після нього організм корови мав, очевидно, достатньо високий резерв життєво важливих питомих і біологічно активних речовин. Саме цьому у літньо-осінній період отелення проходили без ускладнень, телята народжувалися здоровими, життєздатними. У корів швидко відтворювалися статеві цикли і сприятливі умови для наступного запліднення. У корів зимового отелення вагітність співпадала зі стійловим періодом. В його кінці різко знижується рівень резервних питомих речовин у організмі тварин, що призводить до ослаблення репродуктивної функції корів [5, 6]. Великі втрати резерву питомих речовин пов'язані з другою половиною тільності, пологами, виносом питомих речовин з молозивом і молоком, що потребує більш довгого сервіс-періоду, ніж для корів літньо-осінніх отелень. Саме цим автор і пояснює зниження відтворювальної здатності корів осінньо-зимових отелень у порівнянні з весняно-літніми.

Результати, отримані автором, стали підставою при розрахунку річного обороту для стада в 1000 м'ясних корів, який був проведений за чотирма варіантами відповідно до різних сезонів отелень корів, встановити різні показники ділового виходу телят на 100 корів (табл. 1).

Розрахунок обороту стада за чотирма варіантами є складовою визначення економічної ефективності вирощування молодняку м'ясної худоби за різних сезонів отелень. До параметрів, ідентичних для всіх варіантів віднесено показник середньодобового приросту молодняку – 900 г, живу масу бугайців при реалізації 560 кг, річні витрати кормів на корову зі шлейфом.

Відмінними по варіантах були показники ділового виходу телят та структури річного раціону основного стада, що саме і обумовлено різними сезонами отелень корів.

Зокрема, вартість 1 ц кормових одиниць річного раціону основного стада при осінніх отеленнях на 6,5% більше від аналогічного показника при весняних отеленнях і на 2,1 та 3,3% від літніх і зимових відповідно. Це зумовлено тим, що телята, які народилися восени, в період підсосу споживали лише корми зимового раціону, так як і їх матері. Період випасання, а значить і можливість отримувати дешеві пасовищні корми при їх вирощуванні на підсосі, був мінімальним – 1 місяць. Як



## Виробничі параметри вирощування м'ясної худоби

Показники	Сезон отелень			
	зима	весна	літо	осінь
Сервіс-період, дні	186	86	70	91
Вихід телят на 100 корів, %	72	92	93	86
Середньодобовий приріст молодняку за весь період вирощування, г	900	900	900	900
Витрати кормів на корову зі шлейфом за рік, ц корм. од	74	74	74	74
Тривалість пасовищного періоду молодняку на підсосі, міс.	4	6	3	1
Вартість 1 ц кормових одиниць, грн	77,6	75,3	78,5	80,2
Загальна вартість кормів в розрахунку на корову зі шлейфом за рік, грн	5742	5572	5809	5934

результат, різниця у показниках річної вартості кормів на корову зі шлейфом при варіанті осінніх отелень на 6,5% більша порівняно з групою ранньо-весняних отелень і на 2,1 і 3,3% з групами літніх і зимових отелень. Враховуючи те, що при всіх варіантах розрахунку вирощування м'ясної худоби передбачалося здійснювати за однією технологією в умовах Полісся, саме різна вартість річного раціону кормів для основного стада і обумовила різницю в показниках загальних річних витрат в розрахунку на корову зі шлейфом (табл. 2). Відповідно найменші річні витрати на корову зі шлейфом отримують при весняному отеленні корів. Вони на 4,2, 6,7 та 3,0% менше від аналогічних показників при літньому, осінньому і зимовому отеленнях відповідно. Це, у свою чергу, обумовило найнижчу собівартість 1 ц живої маси реалізованої худоби у варіанті весняних отелень, яка очікувано, враховуючи співвідношення показників ділового виходу телят і виробництва м'яса на корову, нижче на 19,9 і 9,5% відповідно від показників собівартості живої маси при зимових і осінніх отеленнях. Не зважаючи на те, що вихід телят при літніх отеленнях на 1% вищий, ніж при весняних, і відповідно виробництво м'яса в розрахунку на корову вище на 1,7%, показник собівартості 1 ц живої маси при весняних отеленнях на 2,3% нижче від аналогічного показника при літніх отеленнях.

Реалізаційна ціна за 1 ц живої маси, яка була використана нами при розрахунках показників економічної ефективності, вища від поточної середньої ціни на живу масу великої рогатої худоби в Україні. Однак результати

попередньо проведеного нами досліді [7] свідчать, що в Україні є платоспроможний попит на якісну м'ясну худобу високих вагових кондицій, що знаходить своє відображення в цінах реалізації, які суттєво перевищують середні показники. Але навіть за умови використання нами при розрахунках досить високих цін реалізації, прибуток від вирощування м'ясної худоби, при зазначеному рівні інтенсивності, можна отримати тільки за умови отелень корів у весняний або літній період.

Рівень же витрат, які потребує вирощування худоби при осінніх і зимових отеленнях корів, не компенсується реалізаційною ціною і призводить до збитків.

Таким чином, зважаючи на те, що показник рентабельності при весняних отеленнях на 2,3% вище від аналогічного показника при літніх отеленнях, саме весняні отелення можна визначити як найбільш сприятливі росту економічної ефективності вирощування м'ясної худоби.

## ВИСНОВКИ

1. Унаслідок того, що телята, які народилися восени, у період підсосу споживають лише корми зимового раціону, вартість 1 ц кормових одиниць річного раціону основного стада м'ясної худоби при осінніх отеленнях на 6,5% більше від аналогічного показника при весняних отеленнях і на 2,1 та 3,3% від літніх і зимових відповідно.

2. Найнижча собівартість 1 ц живої маси реалізованої худоби визначена у варіанті весняних отелень, яка очікувано, враховуючи співвідношення показників вартості кормів, ділового виходу телят і виробництва м'яса на ко-

Таблиця 2

## Економічна оцінка ефективності вирощування м'ясної худоби у залежності від сезону отелень корів

Показники	Сезон отелень			
	зима	весна	літо	осінь
Річні витрати на 1 корову зі шлейфом, грн	8832	8568	8932	9141
Реалізація в рік худоби в живій масі в розрахунку на 1 корову, ц	4,9	5,8	5,9	5,6
Собівартість 1 ц живої маси, грн	1954	1629	1666	1784
Ціна реалізації за 1 ц живої маси, грн	1700	1700	1700	1700
Прибуток (збиток), грн	-254	71	34	-84
Рівень рентабельності (збитковості), %	-12,9	4,3	2,0	-4,7

рову, нижче на 2,3, 19,9 і 9,5% відповідно від аналогічних показників при літніх, зимових і осінніх отеленнях.

3. Відповідно до найвищого показника рентабельності реалізованої продукції, весняні отелення корів можна визначити як найбільш сприятливі росту економічної ефективності вирощування м'ясної худоби. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Черкаев А. В. Экономика мясного скотоводства Канады // Экономика сельского хозяйства.– 1974.– № 4.– С. 110 – 112.

2. Черкаев А. В., Черкаева И. А. Технология специализированного мясного скотоводства.– М. : Агропромиздат, 1988.– 270 с.

3. Ильенко Т. А. Эффективность мясного скотоводства в зависимости от сезона отела коров в зоне Украинского Полесья : Дис. ... канд. с.-х. наук : 06.02.04/ИТ УААН.– Харьков, 1991.– 123 с.

4. Зубець М. В., Тимченко А. Г. Продуктивність мясного скота, розводимого на Україні // Зоотехнія.– 1992.– № 9-10.– С. 4 – 7.

5. Доротюк Э. Н. Мясная продуктивность молодняка разных типов калмыцкой породы // Тр. ВНИИМС.– Оренбург.– 1968.– Вып. 13.– С. 49 – 52.

6. Зубець М. В. Невідкладні завдання вчених – селекціонерів // Вісник аграрної науки // 2000.– № 12.– С. 5 – 8.

7. Міненко К. В. Економічна ефективність вирощування на м'ясо худоби різних порід в умовах Полісся : Дис. ... канд. екон. наук : 08.07.02/ИТ УААН.– Харьков, 2004.– 125 с.

## МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ЩОДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА СИНЕРГЕТИЧНИХ ЗАСАДАХ

МУШНИКОВА С. А.

здобувач

Харків

У складних ринкових умовах функціонування підприємств ефективність управління залежить від комплексного застосування багатьох факторів і не в останню чергу від процедури прийнятих рішень і їх практичного втілення в життя. Але для того, щоб управлінське рішення було дієвим і ефективним, потрібно дотриматися певних методичних основ. Особливу роль у національній економіці займає транспортний сектор, адже розвинена транспортна система є передумовою економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності країни і якості життя населення. У формуванні системи управлінських інновацій на кожному підприємстві залізничного транспорту для прийняття управлінського рішення, необхідно розбиратися не тільки в понятійному апараті, але і досить кваліфіковано при цьому застосовувати на практиці: методику управлінського рішення; види та методи розробки системи управлінських інновацій; організацію розробки системи управлінських інновацій для вирішення поставленої мети її впровадження; оцінку якості управлінських рішень.

Незважаючи на те, що теоретичні основи управління досліджувалися багатьма вченими, такими як: Друкер П. [1], Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклін Хедоурі [6], Ансофф І. [2], Акофф Р. [3], Казанцев А. [10], Фатхутдінов Р. [11], Соколов Д. [9], Черваньов Д. [7], Нейкова Л. [7] та ін., до цих пір немає загальноприйнятого визначення поняття «управлінська інновацій» та технологій їх впровадження на промислових підприємствах України на основі синергетичного підходу.

Ціллю роботи є обґрунтування методичного підходу до формування системи управлінських інновацій на основі синергетичного підходу.

Методичний підхід формування системи управлінських інновацій представляє собою логічну організацію діяльності з розробки управлінського рішення, що включає формулювання мети управління, вибір методів розробки рішень, критеріїв оцінки варіантів, складання логічних схем виконання операцій розробки рішень.

Правильність і ефективність прийнятого рішення багато в чому визначається якістю економічної, організаційної, соціальної та інших видів інформації, яку отримує підприємство під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього впливу. Умовно всі види інформації, які використовуються при ухваленні рішення, можна підрозділити: на вхідну і вихідну; оброблювану і необроблювану; текстову і графічну; постійну і змінну; нормативну, аналітичну, статистичну; первинну і вторинну; директивну, розподільну, звітну. Цінність одержуваної інформації залежить від точності поставлених цілей щодо впровадження системи управлінських інновацій на підприємстві та задач для її вирішення, тому що правильно виявлена ціль визначає необхідність конкретної інформації для ухвалення рішення.

Прийняття рішень притаманне будь-якому виду діяльності, і від нього може залежати результативність роботи однієї людини, групи людей, підприємства в цілому. З економічної й управлінської точок зору прийняття управлінського рішення при формуванні системи управлінських інновацій варто розглядати як фактор адаптивної гнучкості підприємства. Усі прийняті рішення з формування системи управлінських інновацій можна умовно підрозділити на рішення стратегічного та тактичного характеру. Прийняття рішення, як правило, пов'язане з вибором напрямку дії, і якщо рішення при-

ймається легко, без спеціального пророблення альтернатив, то гарне рішення прийняти важко. Гарне рішення накладає на менеджера велике соціальне навантаження і залежить від психологічної підготовленості менеджера, його досвіду, особистісних якостей.

Таким чином, прийняттю управлінського рішення при формуванні системи управлінських інновацій в умовах функціонування конкретного підприємства залізничного транспорту передують кілька етапів (рис. 1):

- ✦ визначення проблем в діяльності підприємства під впливом зміни факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, по яких необхідно прийняти управлінське рішення;
- ✦ визначення цілі функціонування підприємства в умовах що склалися;
- ✦ визначення параметрів для оцінки стану діяльності підприємства та його здатності до прийняття управлінських нововведень;
- ✦ вибір критеріїв, по яких буде прийняте рішення;
- ✦ розробка і формулювання альтернатив у вигляді сценаріїв розвитку подій від формування системи управлінських інновацій;
- ✦ вибір оптимальної альтернативи з їх множин за допомогою оцінки ефективності впровадження системи управлінських інновацій.

Об'єктом для виникнення проблем можуть служити підсумкові показники діяльності підприємства залізничного транспорту. Зокрема, у результаті діяльності підприємства можуть різко погіршуватися показники кінцевих результатів роботи (підвищення собівартості продукції, зниження зростання продуктивності праці та його якості, прибутку і рентабельності); а також можливість виникнення конфліктних ситуацій, висока плінність кадрів що провокується такими факторами: політичними; соціальними; економічними; технічними; технологічними; організаційними та ін. Управлінське рішення встановлює перехід від того, що є, до того, що повинно бути зроблено за певний період. У процесі підготовки рішення виявляються проблеми та уточнюються цілі.

У процесі вироблення управлінських рішень важливу роль відіграє адекватна оцінка ситуації і вплив різних факторів на її розвиток.

З цією метою необхідно сформулювати оціночну систему параметрів, до складу яких повинні входити:

- ✦ критерії, що характеризують об'єкт оцінки;
- ✦ система показників і шкали, за допомогою яких оцінюється об'єкт по кожному з критеріїв;
- ✦ принципи проведення порівняльної оцінки варіантів управлінського рішення та їх вибору.

Аналіз ситуації передбачає виявлення факторів, що визначають динаміку її розвитку. При цьому можуть використовуватися методи факторного і кореляційного аналізу. Завдання діагностики ситуації полягає у виділенні її ключових проблем і характеру їх впливу. Даний елемент покликаний визначити закономірності розвитку ситуації; механізми цілеспрямованого впливу на її розвиток; необхідність у різних ресурсах, потрібних для реалізації управлінського рішення. Система показників та етапи їх оцінки для виявлення рівня адаптивної гнуч-

кості й сприйняття підприємства до формування управлінських інновацій наведено на рис. 2.

Велике значення має уявлення передбачуваних результатів управлінського впливу, що досягається в результаті розробки прогнозу розвитку ситуації. У процесі вироблення управлінських рішень важливу роль відіграє розробка управлінського рішення, що полягає в генеруванні альтернативних варіантів рішень, відборі основних варіантів керуючих впливів, розробці сценаріїв розвитку ситуації та експертної оцінки основних варіантів керуючих впливів. Найбільш поширеними є такі процедури генерування альтернативних варіантів як метод аналогів, мозкової атаки, синтезу управлінських рішень і т. п. В останні десятиліття стали розвиватися автоматизовані системи генерування варіантів рішень.

У ході відбору проводиться відсів явно нежиттєздатних або неконкурентоспроможних варіантів. При відборі необхідно керуватися рівнем порівняльної оцінки і вимогою відсутності дублювання.

Головним завданням розробки сценаріїв є забезпечення розуміння ситуації і найбільш вірогідних шляхів її розвитку особою, яка приймає рішення. Доцільно розглянути різні варіанти динаміки зміни основних факторів розвитку ситуації.

Наступна стадія – експертна оцінка основних варіантів керуючих впливів. Її завдання – дати оцінку реалізованим розглянутих варіантів управлінських дій і досягнення поставлених цілей. На цій основі здійснюється ранжування розглянутих варіантів та визначається ефективність від впровадження системи управлінських інновацій. Загальна додаткова ефективність створення системи управлінських інновацій на синергетичних засадах  $\Delta E_{заг}^s$  складається з таких складових:

1. Додаткова ефективність від комбінування і використання різних видів управлінських інновацій  $\Delta E_{in}^s$  досягається за рахунок більш раціонального використання матеріальних і фінансових ресурсів у часі, що позитивно відбивається на часі виконання та вартості інноваційних проектів.

2. Додаткова ефективність від використання загальних основних засобів  $\Delta E_{oc}^s$ . Підвищується ефективність використання основних засобів за рахунок підвищення їх часу використання, скорочується ремонтна база та інші обслуговуючі виробництва, що призводить до економії фінансових і трудових ресурсів.

3. Додаткова ефективність від спільної оперативної діяльності  $\Delta OE_{од}^s$ . За рахунок інтеграції зменшуються витрати з управління фінансовими та матеріальними ресурсами, можна розробляти більш ефективні схеми управління запасами сировини, матеріалів і готової продукції, раціоналізувати податкову політику всієї діяльності підприємства і кожного підрозділу окремо, мобільно перерозподіляти фінансові ресурси між товарними і фінансовими ринками.

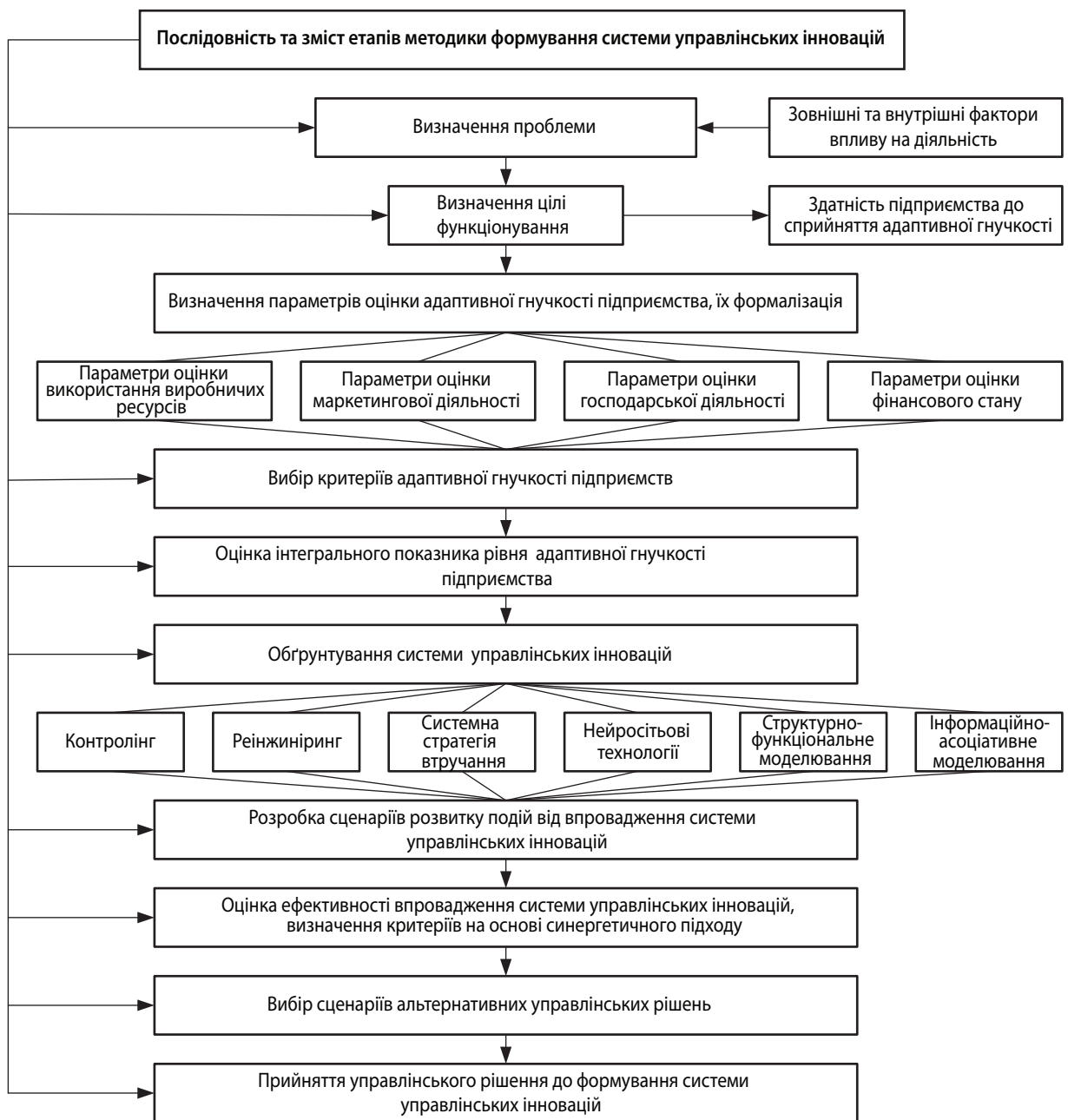


Рис. 1. Послідовність та зміст етапів методики формування системи управлінських інновацій

4. Додаткова ефективність від збільшення ринків збуту  $\Delta E_{pz}^s$ . Інтеграція дозволяє скоротити витрати по просуванню товарів і послуг на ринки. Збільшення надійності поставок і солідний імідж учасників дають можливість укладати більш вигідні договори на поставку продукції. Збільшені фінансові можливості дозволяють агресивніше поводитися в конкурентній боротьбі.

Загальна додаткова ефективність формування системи управлінських інновацій  $\Delta E^s$  визначається як функція  $\Delta E_i^s, \Delta E_{oc}^s, \Delta E_{od}^s, \Delta E_{pc}^s$ :

$$\Delta E^s = f(\Delta E_i^s, \Delta E_{oc}^s, \Delta E_{od}^s, \Delta E_{pc}^s).$$

Останнім етапом є прийняття рішення, який складається з трьох елементів: колективної експертної оцін-

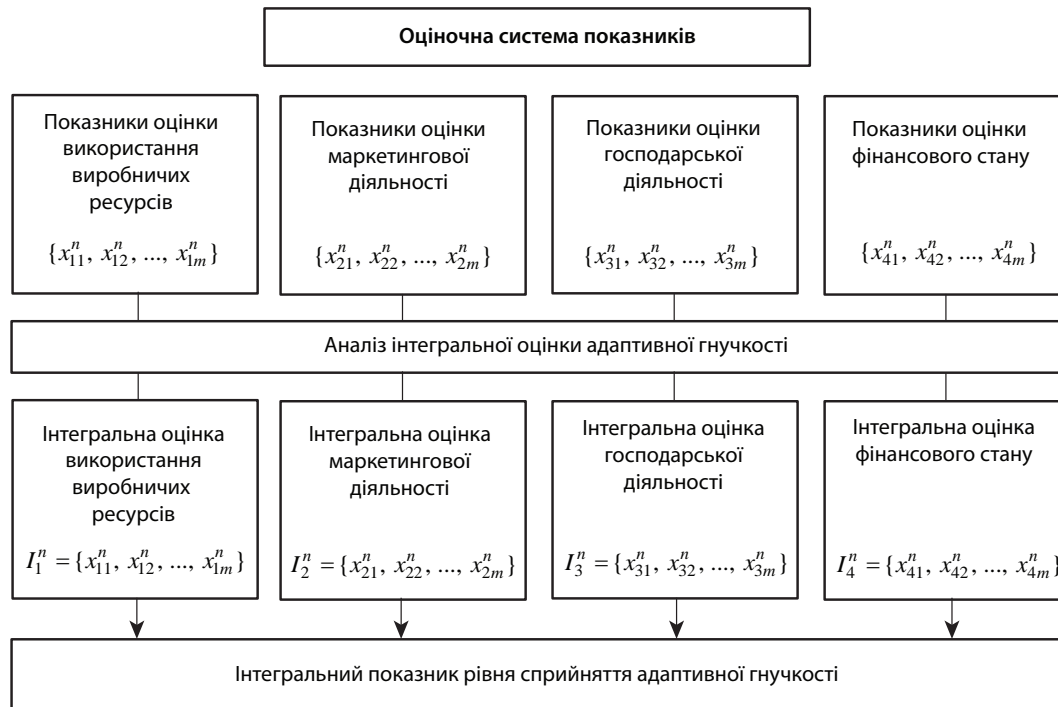
ки, прийняття рішення особою, що приймає рішення, розробки плану дій.

Колективні експертизи забезпечують кращу обґрунтованість і ефективність прийнятих управлінських рішень. До числа методів її проведення відносяться: методи Дельфі, мозковий атаки, комісій, ПАТЕРН та ін. За результатами експертиз альтернативних варіантів, з урахуванням додаткової інформації, на основі особистого досвіду та інтуїції особа, яка приймає рішення, приймає управлінське рішення. При цьому воно може докорінно відрізнятись від усіх запропонованих варіантів.

Перехід до реалізації ухваленого рішення вимагає узгодження дій та ресурсів за часом і місцем. Це досягається за рахунок планування реалізації прийнятого управлінського рішення. Плани необхідно коригувати в процесі реалізації управлінських рішень. В основі

цього – можливість зміни зовнішніх і внутрішніх умов, законодавства, кон'юнктури, стратегії підприємства і т. п. Реалізація управлінського рішення на основі розробленого плану заходів передбачає доведення рішення до виконавців, наділення виконавців ресурсами, делегування повноважень і координацію дій виконавців всіх підрозділів реалізації рішення.

шення в формуванні системи управлінських інновацій на синергетичних засадах забезпечує вирішення питань пов'язаних з вибором оптимального управлінського рішення в конкретних умовах. Таким чином, прийняттю управлінського рішення при формуванні системи управлінських інновацій в умовах функціонування конкретного підприємства залізничного транспорту передують



**Рис. 2. Оціночна система показників виявлення адаптивної гнучкості підприємства**

Доведення рішення до виконавців є одним з найважливіших елементів організації виконання рішення. Воно здійснюється за допомогою постановки завдань особою, яка приймає рішення у вигляді наказу, розпорядження, вказівки і т. п. При цьому керівник повинен переконатися в точності розуміння істоти поставлених виконавцям завдань та термінів виконання, їх значення для досягнення спільної мети, домогтися з'ясування кожним виконавцем прав та обов'язків, порядку взаємодії з іншими виконавцями.

## ВИСНОВКИ

Транспортний сектор національної економіки відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни. Стабільне і ефективне функціонування залізничного транспорту повинно забезпечувати необхідні умови обороноздатності, національної безпеки, цілісності держави, підвищення рівня життя населення. Тому впровадження управлінських інновацій саме в умовах функціонування підприємств залізничного транспорту є необхідною умовою сталого розвитку національної економіки.

У процесі вироблення управлінських рішень важливу роль відіграє адекватна оцінка ситуації і вплив різних факторів на її розвиток. Обґрунтування методичного інструментарію підтримки управлінського рі-

шення кількох етапів: визначення проблем; визначення цілей у конкретних умовах функціонування; вибір параметрів і критеріїв оцінки діяльності та розробка конкретних заходів з урахуванням синергетичного підходу в формуванні системи управлінських інновацій. ■

## ЛІТЕРАТУРА

- 1. Друкер П.** Энциклопедия менеджмента : Пер. с англ. / Друкер П.– М. : Издательский дом «Вильямс», 2004.– 432 с.
- 2. Ансофф И.** Стратегическое управление / Ансофф И.– М. : Экономика, 1989.– 519 с.
- 3. Акофф Р.** Планирование будущего корпорации : Пер. с англ. / Акофф Р.– М. : ПРОГРЕСС, 1985.– 385 с.
- 4. Майкл Хаммер.** Реинжиниринг корпорации: Манифест революции в бизнесе : Пер. с англ. Ю. Е. Корнилович / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи.– М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006.– 287 с.
- 5. Основы менеджмента** / [под ред. А. И. Афоничкина].– СПб. : Питер, 2007.– 528 с.: ил.
- 6. Майкл Х. Мескон.** Основы менеджмента: Management / Майкл Х. Мескон, Майкл Альберт, Франклин Хедоури.– 3-е изд.– М. : ИД «Вильямс», 2007.– 672 с.
- 7. Черваньов Д. М.** Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / Черваньов Д. М., Нейкова Л. І.– К. : Т-во «Знання», КОО, 1999.– 514 с.
- 8. Ваганов П. И.** Методологические проблемы управленческих инноваций / Ваганов П. И.– СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2002.– 256 с.

**9. Соколов Д. В.** Управленческие инновации: механизмы реализации. Учебное пособие / Соколов Д. В., Юркан Е. И.– СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2008.– 106 с.

**10.** Основы инновационного менеджмента. Теория и практика: Учебник / Л. С. Барютин и др.; под ред. А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели.– 2-е изд. перераб. и доп.– М. : ЗАО «Издательство «Экономика», 2004.– 518 с.

**11. Фатхутдинов Р. А.** Инновационный менеджмент : Учебник, 4-е изд.– СПб. : Питер, 2003.– 400 с.

**12. Пуг Д.С., Хиксон Д. Дж.** Хрестоматия: писатели об организациях. Школа менеджмента.– Жуковский : Международный Центр Дистанционного Обучения «ЛИНК», 1989.– 212 с.

---

## ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ ГРАЖДАН ЖИЛЬЕМ КАК СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКТОР

**ЗИМА А. Г.**

*кандидат экономических наук*

**ЗИМА О. Г.**

**КАВУН С. В.**

**Харьков**

**П**ик вздутия «мыльного» пузыря недвижимости пришелся на 2005 – 2008 гг. Превышение спроса над предложением – типичный довод людей, прогнозировавших дальнейшее повышение цен. Эта простая закономерность имеет однако фундаментальный недостаток: она основана на предположении, что спрос имеет потребительский характер и потому никуда не денется. На самом деле многие покупатели квартир (особенно на этапе строительства) являются инвесторами. По различным оценкам, их от 20 до 40% от общего количества покупателей. Они покупали не потому, что им негде жить или они собираются сдавать квартиру в аренду, а всего лишь потому, что ожидали дальнейшего роста цен. Как писал в 1990 году известный экономист Джозеф Стиглиц [1], «пузырь – это когда сегодня цена высока лишь потому, что инвесторы верят, что завтра она будет еще выше, а не из-за фундаментальных факторов (например, роста доходов)». Многие инвесторы перестают покупать, как только по каким-то причинам массовая истерия прекращается. Они же первыми начинают избавляться от дешевающего актива, чем только подстегивают падение цен.

Безусловно, «настоящий» спрос на жилье в Украине есть, ведь несколько миллионов соотечественников не имеют собственного жилья. А многие из тех, кто имеет, им недовольны. На одного украинца в среднем приходится около 24 м<sup>2</sup> жилой площади (в несколько раз меньше, чем в Западной Европе, например в ФРГ – 38 м<sup>2</sup>/чел.), лишь половина жилья в Украине оборудована водопроводом, канализацией и центральным отоплением, но человек всегда беспокоился о крыше над головой и готов отдать за жилье последние деньги, но многим даже «последних денег» зачастую не хватает для приобретения квартиры.

С точки зрения инвесторов одна из причин повышенного спроса – отсутствие альтернативы для вложения денег. Банковские депозиты – фактически един-

ственная возможность пристроить небольшую сумму денег. Однако это не более, чем способ уберечься от обесценивания сбережений: уровня ставки по депозитам едва хватает, чтобы компенсировать инфляцию. Фондового рынка, в западном понимании, в Украине попросту нет. Во всяком случае такого, на котором могли бы стабильно зарабатывать граждане (на Западе от 10 до 50% взрослого населения владеют акциями). Поэтому, если есть сравнительно большая сумма и желание заработать, альтернативы недвижимости нет. Причем инвесторы – это не только физлица. Например, страховые компании и инвестиционные фонды активно размещали свои резервы в недвижимость.

Кроме того, спрос подогревали доступные кредиты (и, как оказалось, самые «опасные» для украинцев – долларовые кредиты). В отличие от акций и подобных активов, недвижимость в понимании людей достойна того, чтобы ради ее приобретения влезать в долги. Дополнительно подогревала рынок жилья законодательная нестабильность, например, отмена льготы по НДС на первичном рынке или введение налога на доходы от продажи недвижимости.

Если бы рынок жилищного строительства был по настоящему конкурентным, рост спроса и цен спровоцировал бы не меньшую активность и среди застройщиков, но этого не случилось. Темпы роста жилищного строительства в последние годы росли нестабильно, а ссылки на растущую себестоимость и высокую зарегулированность процедуры получения необходимых разрешений, которые часто в качестве аргументов предъявляют строительные компании, звучат не убедительно.

**Е**ще одна причина недостаточного предложения – в данном случае на вторичном рынке – это опасения граждан при продаже квартиры остаться без жилья. Несколько миллионов украинских семей имеют задолженность за жилищно-коммунальные услуги [1], причем многие из них допускают долги сознательно, зная, что на практике их никто не выселит. Кроме того, еще немало людей с низкими доходами занимают квартиры с избыточным количеством комнат. Они вполне могли бы поправить свое материальное положение, продав нынешнее жилье и купив что-то попроще. Масштабные финансовые обвалы акций или лопанье «мыльных пузырей» были и ранее (табл. 1).



Самые масштабные бумы и крахи в истории [1]

Товары	Страна	Годы	Подъем, %	Длительность, мес.	Падение, %	Длительность, мес.
Тюльпаны	Голландия	1634 – 1637	+5900	36	-93	10
Акции «Миссисипи»	Франция	1719 – 1721	+6200	13	-99	13
Акции «Южных морей»	Англия	1719 – 1721	+1000	18	-84	6
Акции	США	1923 – 1932	+345	71	-87	33
Акции	Мексика	1978 – 1981	+785	30	-73	18
Серебро	США	1979 – 1982	+710	12	-88	24
«Акции Залива»	Кувейт	1978 – 1986	+7000	36	-98	30
Акции	Гонконг	1970 – 1974	+1200	28	-92	20
Акции	Тайвань	1986 – 1990	+1168	40	-80	12

Для украинцев все происходящее было в диковинку, ибо ничего подобного ни они, ни их родители и прадеды не видели. Однако новое для нас – совсем не забытое и совсем не старое для других. Мировая история насчитывает множество случаев «мыльных пузырей» на каких угодно рынках, начиная от акций и недвижимости и заканчивая зерном, серебром и тюльпанами. Собственно «тюльпаномания», захлестнувшая Голландию в XVII веке, – первый зафиксированный историками случай массового психоза, который привел к бешеной переоценке товара. Общая характеристика таких процессов – массовая вера в то, что рост надолго, а то и навсегда.

Что касается недвижимости, то жесткий урок история преподала Японии. В 1949 году, после привязки иены к доллару, в стране начался период беспрецедентного экономического роста, длившегося примерно 40 лет. Ближе к концу столетия он дал толчок бурному росту цен на активы. С 1971 по 1985 гг. японский фондовый рынок вырос на 500%. Потом рост резко ускорился, и в 1985 – 1990 годах индекс Nikkei вырос еще на 300%. То же и с недвижимостью: с марта 1986 г. по март 1990 г. цены на землю утроились. Чтобы купить небольшой домик под Токио, японцы брали ипотечный кредит на 100(!) лет, и в итоге общая стоимость японской недвижимости превышала стоимость американской в четыре раза. Утверждалось, что Императорский дворец вместе с парком стоят больше всей Канады. Потом наступила коррекция: за последующие полтора года рынок акций упал на 30%, и недвижимость в Японии дешевет уже 20-й год подряд, за это время она упала в цене более, чем на 45% [1].

Впрочем, бумы случаются и в странах, которые уже пережили не один пузырь. По данным МВФ, с 1959 по 2002 гг. в 19 развитых странах было зафиксировано 52 фондовых краха, с 1970 по 2010 гг. в 17 странах 40 раз обваливались рынки жилья. В среднем фондовый обвал в каждой развитой стране происходит раз в 13 лет, на рынке недвижимости – раз в 20 лет.

Вот и в 2005 – 2008 гг. «вырос» очередной пузырь. Никогда раньше цены на недвижимость не росли так сильно, так долго и в стольких странах одновременно. США, Великобритания, Австралия, Франция, Испания и Китай – многие ведущие экономики мира переживали, в

той или иной фазе, бум на рынках недвижимости – стоимость жилой недвижимости в развитых странах выросла на 30 – 60 трлн долларов, то есть на эквивалент 100 – 150% от ВВП этих стран. Это рекорд не только для пузыря недвижимости, но и для бумов вообще. Для сравнения: во время глобального фондового пузыря в конце 90-х рынок ценных бумаг за пять лет вырос на 80% ВВП, в конце пузыря конца 20-х – на 55% ВВП. Больше всего жилье подорожало в Ирландии, Великобритании и Испании. Кстати, отсутствие у многих своего жилья – как в Украине – необязательная предпосылка для возникновения пузыря. Недвижимость значительно растет в цене и в странах, где почти у всех есть собственное жилье.

Экономист Стивен Роуч [1] называет две причины, по которым нынешняя экономика все более склонна к вздутию пузыря. Во-первых, информационные технологии резко увеличили оптимальный размер розничных сетей, что способствовало замедлению инфляции. Во-вторых, «впрыск» трех миллиардов человек из бывших плановых экономик (включая Китай) в мировую экономику резко создал демпинг по зарплатам. Оба этих фактора привели к тому, что мягкая политика центральных банков не приводила к росту потребительских цен. Эти фундаментальные изменения в 90-х годах нарушили традиционную (монетарную) взаимосвязь между предложением денег и инфляцией. Однако излишней ликвидности необходимо было куда-то деваться, поэтому вместо потребительских товаров и услуг дорожали активы (табл. 2).

**В**се пузыри рано или поздно лопаются. Вопрос лишь в том, когда и насколько упадут цены. Пузыри имеют обыкновение надуваться дольше, чем того ожидают люди, мыслящие рационально. Они лопаются, когда этого меньше всего ждут, и спрогнозировать точную дату невозможно. В некотором роде пузырь является финансовой пирамидой. Для его роста необходим постоянный приток свежих покупателей, желательнее из числа конечных потребителей. Но рано или поздно оказывается, что таковые просто не могут себе позволить приобрести даже самый дешевый образец переоцененного актива. Скажем, зарплаты значительной части жителей крупных городов не хватает,

чтобы купить самую дешевую квартиру даже в кредит, и многие обратили внимание на альтернативы – дешево приобрести дом/квартиру в пригороде плюс один-два недорогих автомобиля.

которым подтягивается и «вторичка»). Риелторы получают определенный процент от суммы сделки (2 – 5%), потому тоже не против высоких цен. Инвесторы также заинтересованы в дальнейшем росте.

**Таблица 2**

**Характеристика крупных обвалов на рынках недвижимости и связанных с ними банковских кризисов [1]**

Страна	Падение, %	Начало кризиса	Пик кризиса	Длительность банковского кризиса, лет	Лаг, лет
Испания	-32	1979	1983	4	1
Мексика	-81	1982	1984	163	1
Нидерланды	-48	1982	1982	67	5
Канада	-21	1983	1985	333	2
Ирландия	-28	1985	1986	187	5
Финляндия	-47	1991	1992	244	2
Япония	-33	1992	1996	308	2
Швеция	-26	1992	1993	203	2
Мексика II	-10	1994	1996	121	1,5
Таиланд	-45	1997	1998	6	4
США	-55	2008	2009	2	2
Испания	-45	2008	2009	3	2
Ирландия	-50	2008	2009	3	2

По методологии МВФ, падение цен на недвижимость квалифицируется как обвал рынка, если оно превышает 14% (для фондового рынка аналогичный порог равен 37%). В среднем падение составляет 30%. Впрочем, в трех случаях из пяти происходит замораживание номинальной цены, а реальная цена постепенно падает по мере роста доходов и потребительских цен. Кроме того, обвал – слишком динамичный термин. Пузырь скорее не лопается, а выпускает воздух. Как показывает международный опыт, в среднем коррекция длится четыре года. Во-первых, недвижимость – все же не акции, она имеет реальную полезность. Во-вторых, чисто технически жилье не так быстро продать. Но это не значит, что лопанье пузыря проходит бесследно.

Согласно исследованиям МВФ, обвал рынка жилья приводит к тому, что рост ВВП почти останавливается. Дело в том, что недвижимость используется в качестве залога для потребительских кредитов. По мере роста цен на жилье люди позволяют себе тратить все больше, но это изобилие – в долг. Реагируя на спрос, компании наращивают производственные мощности. Но приходит время погашать долги – и потребление падает даже ниже исходного уровня. Производство сокращается, долги плохо возвращаются, финансовую систему лихорадит. Украине, к сожалению не удалось избежать всего этого, потому что молодое поколение с готовностью приняло правила игры под названием «жить в долг».

**С**тоит обратить внимание еще на одну деталь. Все, кто прогнозирует дальнейшее повышение цен, в этом в той или иной степени заинтересованы. Строители и впредь хотят получать сверхприбыли, поэтому их устраивает рост цен на первичном рынке (за

падением цен опасно для банков, ведь приобретенная займы квартира сама же и является залогом. Тем более, что из-за ужесточения банковской конкуренции постепенно снижается сумма первого взноса. Получается, что против ценового «беспредела» – лишь конечные потребители, и людям кажется, что при падении цен они сразу станут обладателями доступного жилья. Но это еще одно заблуждение: цены упадут еще и по причине снижения покупательной способности, ведь лопнувший пузырь сопровождается, как правило, рецессией в экономике. Значит доходы населения будут расти не так быстро, как ранее, а безработица увеличится.

Очередь на улучшение жилищных условий, в которой, по состоянию на 31 декабря 2010 г., пребывали около 1,35 млн семей, практически не движется (табл. 3).

**ВЫВОДЫ**

Украина обязательно должна разрабатывать и претворять в жизнь программы государственного (муниципального и проч.) недорогого жилья. Такие программы предусматривают право на социальное жилье граждан, не имеющих жилья или обладающих правом на улучшение жилищных условий, среднемесячный совокупный доход которых за прошлый год на одного члена семьи не превышал прожиточного минимума, а также граждан без постоянного места жительства. Соцжилье, являясь госсобственностью, можно не продавать, а сдавать в аренду по определенным арендным ставкам (табл. 4).

Европейские страны в 2011 – 2012 гг. может накрыть новая фаза кризиса в виде повторного вхождения в стадию спада. Такой вывод следует из обнародованных данных Комиссии ООН по торговле и развитию [4]. Не-

Обеспеченность граждан страны жильем [2]

Год	Общая площадь жилищного фонда, млн м <sup>2</sup>	В среднем на одного жителя, м <sup>2</sup>	Кол-во семей и одиноких граждан, пребывавших на квартирном учете на конец года, тыс.	Кол-во семей и одиноких граждан, получивших жилье на конец года, тыс.
1990	922,1	17,8	2638	235
1991	932,7	18,0	2728	179
1992	944,7	18,2	2696	166
1993	960,6	18,5	2636	144
1994	962,9	18,7	2578	104
1995	978,3	19,2	2411	82
1996	995,2	19,7	2297	56
1997	1002,6	20,0	2164	47
1998	1008,4	20,2	2029	37
1999	н/д	н/д	н/д	н/д
2000	1015,0	20,7	1765	32
2001	1026,1	21,0	1624	29
2002	1031,7	21,3	1533	25
2003	1035,7	21,6	1460	25
2004	1040,0	21,8	1414	23
2005	1046,4	22,0	1323	20
2006	1049,2	22,2	1300	20
2007	1057,6	22,5	1252	17
2008	1068,1	23,0	1245	15,5
2009	1077,0	23,4	н/д	н/д
2010	1085,5	23,6	н/д	н/д
2011 (прогноз)	1090,0	23,9	н/д	н/д

Таблица 4

## Перспектива финансирования госпрограммы «Социальное жилье» [3]

Год	Объем финансирования, млн грн	Количество квартир/тыс. м <sup>2</sup>
2009	751	7206 / 195,3
2010	918	8810 / 238,8
2011	1122	10771 / 291,9
2012	1372	12166 / 356,8

смотря на меры жесткой бюджетной экономии, которые приняты или планируются, Евросоюз (ЕС) может вновь оказаться в стадии экономического упадка. Главную опасность, в первую очередь, представляет образовавшийся экономический разрыв между различными

странами ЕС. Так, если Германия регистрирует рост валового внутреннего продукта (ВВП) в 3,4%, то Греция, Ирландия, Португалия и Испания оказались на краю обрыва. Эти страны, находящиеся в бюджетном кризисе, рискуют войти в затяжную фазу спада. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. Эксперт № 4.– 30 января – 5 февраля 2006 г.– С. 37 – 42.
2. Самая дорогая недвижимость / Газета «Время».– № 27.– 13.02.09.
3. «Власть денег».– № 44 31.10 – 06.11.08 г.– С. 28 – 30.
4. В Европу вернется кризис [Электронный ресурс].– Режим доступа : [http://news.eizvestia.com/news\\_abroad/full/v-evropu-vernyotsya-krizis](http://news.eizvestia.com/news_abroad/full/v-evropu-vernyotsya-krizis)

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАЛЮКОВОЇ ТА ДИТЯЧОЇ СМЕРТНОСТІ: СТАТИСТИЧНИЙ АСПЕКТ

НАЗАРОВА О. Ю.

кандидат економічних наук

Харків

Смертність немовлят виділяють із проблеми смертності внаслідок її соціального-демографічного значення: вона є найважливішим ключовим показником здоров'я населення (ВООЗ); призводить до втрат населення і скорочення природного приросту; економічні втрати у зв'язку з безповоротною загибеллю дитини; моральний негативний вплив на стан сім'ї, здоров'я батьків і близьких, стрес на все життя; рівень смертності немовлят вимірює політичний престиж країни, її рейтингове місце.

Смертність немовлят в Україні є визначальною у формуванні смертності дітей до 5 років. Ймовірність померти різко зменшується після досягнення дитиною однорічного віку. Вважається, що рівень смертності дітей віком 1 – 4 роки є порівняно незалежним від ризиків у передпологовий, пологовий та післяпологовий період і відображає недостатність харчування або ж інших оптимальних умов життя протягом перших 1 – 1,5 років життя, а тому може бути чутливим індикатором соціально-економічного розвитку і рівня медичного обслуговування.

Питанням смертності немовлят і смертності дітей віком до 5 років у світі приділяється увага у доповідях та звітах міжнародних організацій: ЮНІСЕФ, Всесвітньої організації охорони здоров'я, Міжвідомчої групи з оцінки дитячої смертності ООН та Спеціального агентства ООН в галузі охорони здоров'я.

Серед вітчизняних науковців, які розглядають ці питання, Е. М. Лібанова, О. П. Рудницький, В. Таралло, В. С. Штенко, І. О. Курило, І. М. Прибиткова, С. Пирожков, Н. Рингач, А. У. Хомра та ін.

Метою статті є виявлення закономірностей, тенденцій, явищ, що впливають на такі демографічні процеси, як малюкова та дитяча смертність, а також окреслення основних практичних заходів покращення їх у майбутньому.

Усі демографічні процеси так чи інакше залежать від показників смертності. Статистика населення розглядає смертність як показник кількості смертей у певній популяції або певній підгрупі населення в одиницю часу, що найчастіше визначається як кількість смертей на 1000 осіб на рік. Такий демографічний показник може використовуватися як для визначення повного числа смертей у певній країні, так і для певних груп, зокрема виділяють смертність немовлят, або малюкову смертність (до 1 року), дитячу смертність (до 5 років).

Малюкова смертність – один із вікових показників смертності. При аналізі смертності немовлят померлих групують за статтю й віком.

Розрахунок рівня смертності немовлят має особливості, обумовлені тим, що діти, померлі у віці до 1 року у році «*t*», відносяться до поколінь народжених у двох роках: одна частина народилася у році смерті «*t*», друга – у попередньому році «*t* – 1», рівень смертності в яких може істотно різнитися. Розрахункова формула коефіцієнта смертності немовлят повинна враховувати факт належності померлих до різних поколінь народжених.

Для розрахунку ймовірності (коефіцієнта) смертності немовлят користуються формулою Ратса, названою ім'ям німецького статистика і демографа Йоханнеса Ратса (1854 – 1933):

$$m_0 = \frac{M_0}{\frac{1}{3}N_0 + \frac{2}{3}N_1} \cdot 1000. \quad (1)$$

Формула Ратса призначена для використання у випадках, коли відомі лише чисельність народжених у поточному та попередньому роках і померлих на першому році життя і невідомий розподіл померлих за поколіннями. Тобто невідомо, хто з померлих віком до одного року народився в даному чи минулому році. Сучасна статистика забезпечує такий розподіл. Тому є можливість точніше обрахувати ймовірність смертності немовлят за формулою:

$$m_0 = \left( \frac{M_0}{N_0} + \frac{M_1}{N_1} \right) \cdot 1000, \quad (2)$$

де  $M_0$  – кількість померлих віком до 1 року із числа народжених у попередньому році;

$M_1$  – кількість померлих у віці до 1 року із числа народжених в тому році, для якого обчислюється коефіцієнт;

$N_0$  – кількість народжених у попередньому році;

$N_1$  – кількість народжених у тому році, для якого обчислюється коефіцієнт.

Коефіцієнт дитячої смертності розраховують за такою формулою:

$$m_5 = \frac{M_5}{N} \cdot 1000, \quad (3)$$

де  $M_5$  – кількість померлих за рік дітей у віці до п'яти років;

$N$  – кількість народжених дітей за календарний рік.

З даними ВООЗ, максимальні значення показника смертності немовлят в Україні спостерігалися у 1993 – 1995 рр., коли ці показники сягали відповідно 14,9% – 14,5% – 14,7%. З 1997 р. означилась стійка тенденція до зниження смертності цієї вікової групи. І хоча у 2010 р. в Україні рівень смертності дітей у віці до 1 року становив 9,3 на 1000 новонароджених, ця цифра

залишається занадто високою порівняно з показниками у країнах ЄС, де він сягає 3,8 – 5,2. (рис. 1).

Протягом 2010 р. у переважній більшості регіонів України продовжилася тенденція до скорочення розриву між кількістю новонароджених і померлих на користь народжених. У 2010 р., загалом по Україні, співвідношення народжених до померлих становило 1 до 1,39. Для порівняння, у 2004 – 2005 рр. співвідношення народжених до померлих становило 1 до 1,7, у 2006 р. – 1 до 1,63, у 2007 р. – 1 до 1,6, у 2008 р. – 1 до 1,4, у 2009 р. – 1 до 1,39. Основними причинами смерті дітей віком до 1 року були: окремі стани, що виникають у перинатальному періоді; природжені вади розвитку, деформації та хромосомні аномалії; зовнішні причини смерті; хвороби нервової системи; деякі інфекційні та паразитарні хвороби; хвороби органів дихання, що ілюструє наведена нижче діаграма. Залишається значною частка немовлят, причина смерті яких медичними працівниками не була встановлена, – 5% (рис. 2).

Понад 40% дитячих смертей відбувається у перші місяці життя, а більше 70% – у перший рік. У тропічній Африці кожна восьма дитина вмирає, не доживши до п'яти років. Для порівняння: у розвинених країнах до досягнення п'ятирічного віку гине одна з 143 дітей [6].

За останні 20 років у світі показники смертності серед дітей віком до 5 років зменшилися з 12 мільйонів у

1990 р. до 7,5 мільйонів у 2010 р. Водночас щодня у світі помирають більше 20 тисяч дітей. Але прогрес помітний і в найбідніших регіонах Землі. Так, дитяча смертність в тропічній Африці знижується в два рази швидше, ніж десятиліття тому.

Сьєрра-Леоне в Західній Африці – одна з найбідніших країн на планеті – входить до п'ятірки держав, де реєструється помітне скорочення дитячої смертності в останні десять років. У числі інших – Нігер, Малаві, Ліберія (також в Африці) і Східний Тимор в Південно-Східній Азії.

У 2010 році близько половини всіх смертей серед тих, кому менше п'яти років, припадає всього на п'ять країн – Індію, Китай, Пакистан, Нігерію і Демократичну Республіку Конго.

В Україні, за даними Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи, у 2010 р. лише менше 1/5 всіх втрат дитячих життів (17%) до досягнення 5-річного віку припадало на віковий інтервал 1 – 4 роки. [2] Спостерігається значна відмінність смертності у цьому віковому інтервалі за місцем проживання. Так, показник смертності у віці 1 – 4 роки у сільській місцевості становив 67,2 проти 39,9 на 100 тис. осіб у місті.

За даними Держкомстату, у 2010 р. внаслідок травм, отруєнь та інших наслідків дії зовнішніх чинників загинула майже кожна третя дитина з числа померлих (303 з 927 смертей дітей у віці від року до п'яти).

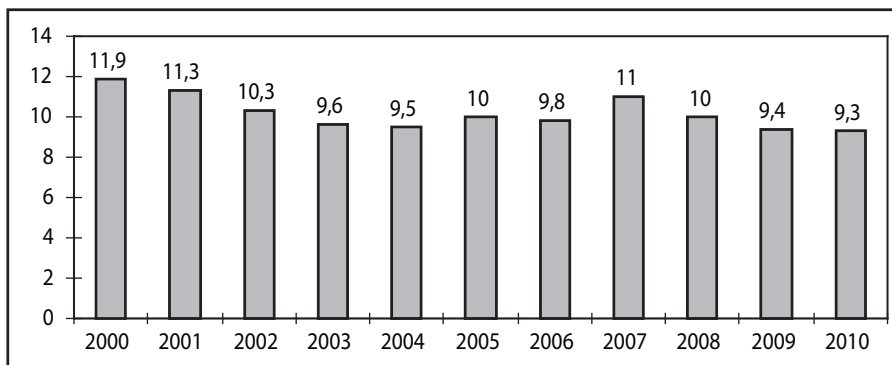


Рис. 1. Динаміка смертності дітей у віці до 1 року в Україні (на 1000 народжених живими) [1]

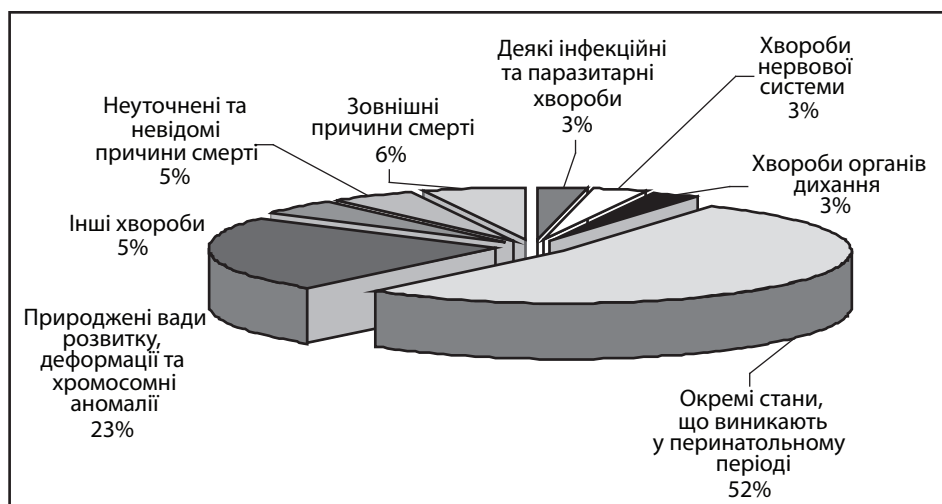


Рис. 2. Структура причин смерті дітей віком до 1 року в Україні у 2010 році (у % до загальної кількості) [4]

Спостерігаються також певні особливості смертельних випадків від неприродних причин залежно від місця проживання. Наприклад, якщо у сільській місцевості внаслідок нещасних випадків, пов'язаних з дією вогню та диму, у минулому році загинуло 34 дитини до 5 років, у містах – 16; утопилося – 42 дитини, у містах – 34; внаслідок отруєння лікарськими засобами, медикаментами та біологічними речовинами; токсичної дії речовин, переважно немедичного призначення – 54 смерті, у містах – 39; і це при тому, що у селах проживає менше третини населення. Проте ДТП у містах забрали 21 дитяче життя проти 9 випадків у сільській місцевості.

Структура смертності дітей від 0 до 4 років значно не відрізняється від структури смертності дітей до 1 року. Якщо не брати до уваги смертність дітей у перинатальному періоді життя, то велику частку в цьому віці зберігають природжені вади розвитку, деформації та хромосомні аномалії, які мають 19,8%. Смертність від зовнішніх причин виступає на третє місце та має 10,0% від усіх причин смерті, що зумовлено недбалим доглядом дорослих. Інші перераховані причини смерті дітей віком до 5 років є менш значними.

Внаслідок впровадження сучасних принципів діагностики та лікування дітей зі злоякісними новоутвореннями, які було реалізовано на виконання заходів Державної програми «Дитяча онкологія 2006 – 2010 роки», протягом останніх п'яти років вдалось підвищити рівень загального виживання хворих на 8,5% у порівнянні з 2007 роком, який склав 55,5%.

Однак, у порівнянні зі статистикою країн Євросоюзу та США, де 5-річна виживаність сягає 70%, ситуація в Україні залишається невтішною.

### ВИСНОВКИ

Смертність дітей віком до 1 року є одним із найчутливіших індикаторів ступеня соціально-економічного

розвитку суспільства, що акумулює в собі рівень освіти і культури, стан навколишнього середовища, ефективність профілактичних заходів, рівень доступності та якості медичної допомоги, розподіл соціальних і матеріальних благ у суспільстві. Життєздатність новонароджених найсильніше реагує на зрушення у медичному обслуговуванні та санітарній ситуації у країні. Зміни рівня життя, якості харчування населення впливають на рівень смертності немовлят через стан здоров'я, рівень життя і якість харчування їх батьків.

На позитивну динаміку, а саме зниження показника дитячої смертності, впливає цілий ряд таких заходів: з метою уніфікації вимог до обсягів і якості надання медичної допомоги дітям протягом останніх років розроблено близько 50-ти клінічних протоколів лікування найпоширеніших захворювань у дітей, які ґрунтуються на наукових доказах; протоколи догляду за здоровою новонародженою дитиною, здоровою дитиною від 0 до 3-х років; постійно впроваджуються сучасні медичні технології. ■

### ЛІТЕРАТУРА

1. Доповідь «Цілі розвитку тисячоліття: Україна. Підсумки моніторингу досягнення за 2010 рік», 38 с.
2. Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://www.idss.org.ua/>
3. Підгорний А. З. Демографічна статистика: Навчальний посібник.– Одеса : ОДЕУ, 2010.– 165 с.
4. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Стеценко С. Г. Демографічна статистика : Підручник.– К.: Вища школа, 2005.– 415 с.
6. «Світова статистика охорони здоров'я, 2010 рік» [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://health.unian.net/ukr/detail/224223>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ОТРАСЛИ

**ЛИТОВЧЕНКО Е. Ю.**

*кандидат экономических наук*

**ГОЛОВКО В. А.**

**Харьков**

**В** рыночных условиях субъекты хозяйствования самостоятельно формируют финансовые ресурсы, стремятся эффективно их размещать с целью обеспечения бесперебойной предпринимательской деятельности, осуществляют самостоятельный поиск контрагентов. Финансовая устойчивость предприятия характеризуется таким состоянием финансовых ресур-

сов, которое отвечает потребностям развития и требованиям рынка, в соответствии с которыми финансовая устойчивость становится качественной характеристикой финансовых возможностей предприятия и его партнеров. Особенную актуальность это принимает в сфере производства высокоточной продукции для предприятий электронной отрасли, поскольку эти предприятия нуждаются в усиленном мониторинге своей деятельности для эффективного взаимодействия с внешними инвесторами [1; 5].

Рыночная трансформация предприятий требует качественно нового подхода к оценке финансового состояния предприятий в связи с первостепенной значимостью в системе финансового управления. Исключительно важное значение приобретает определение ко-

личественных и качественных величин, которые бы характеризовали стабильность, надежность предприятия как партнера в рыночных отношениях, его способность маневрировать финансовыми ресурсами для достижения эффективной предпринимательской деятельности. Поэтому на повестку дня выходят проблемы обоснования методики определения финансовой устойчивости предприятий, основных ее критериев и показателей, определение места этих процедур в системе финансового менеджмента. При этом особого внимания требуют вопросы выявления закономерностей действия внутренних и внешних факторов направленных на укрепление финансовой устойчивости предприятий.

Проблеме методики оценки финансовой устойчивости предприятий уделяется много внимания в специальной литературе отечественными (Бланк И. О., Поддерёгин А. Г., Азаренкова Г. М., Тридед А. Н., Балабанов Т. И.) и зарубежными (Дж. Ван Хорн, Стоянова О. С., Ковалев В. В., Сайфулин Г. С., Шеремет А. Д. и др.) авторами [1; 2; 4]. Однако, несмотря на широкий спектр вопросов решаемых в их трудах, сегодня не существует единой методики оценки финансовой устойчивости, которая позволяла бы определить степень финансового состояния предприятия на основе комплекса показателей. Исходя из этого была сформулирована основная цель статьи – сформировать комплексную модель оценки финансовой устойчивости предприятий на основе изучения разных подходов.

Анализ специальной литературы по данной проблематике с учетом отраслевых особенностей предприятий электронной области позволяет сделать вывод о том, что комплексная оценка финансовой устойчивости является одной из приоритетных задач обеспечения высокого уровня их финансового состояния как в краткосрочном периоде, так и в долгосрочной перспективе.

**В** экономической литературе выделяют три методических подхода к оценке финансовой устойчивости предприятия – на основе расчета абсолютных, относительных показателей финансового состояния предприятий, а также расчета интегрального показателя [2]. Для более полной оценки нами предлагается наряду с вышеобозначенными подходами использовать факторный, корреляционно-регрессионный анализ, а на их основе определить интегральный показатель, который будет отражать комплексную оценку финансовой устойчивости предприятий.

Для проведения комплексной оценки финансовой устойчивости предлагается использовать данные финансовой отчетности за 2008 – 2010 гг. двадцати предприятий электронной отрасли, которые характеризуются однородностью выпускаемой продукции и схожими показателями финансового состояния.

В процессе комплексного исследования деятельности предприятий, попавших в выборку, прежде всего следует определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на их финансовую устойчивость, т. е. провести факторный анализ. Анализ проводится по таким показателям, как: коэффициент финансового риска, коэффициент долгосрочного привлечения средств, коэффициент

текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент обеспечения собственных оборотных средств, коэффициент маневренности собственных оборотных средств, коэффициент структуры покрытия долгосрочных вложений, индекс постоянного актива, коэффициент обеспечения запасов собственными оборотными средствами.

В результате такого анализа было определено, что полученные главные компоненты объясняют 79,03% всей вариации исходной системы показателей, причем первая главная компонента объясняет 33,45% общей дисперсии, вторая – 21,95% общей дисперсии, третья – 12,69% общей дисперсии, четвертая – 10,94% общей дисперсии. При этом:

- ✦ *первая компонента* – характеризует способность предприятия свободно распоряжаться своими оборотными средствами (коэффициент текущей ликвидности, коэффициент быстрой ликвидности, коэффициент обеспечения собственных оборотных средств, коэффициент обеспечения запасов собственными оборотными средствами);
- ✦ *вторая компонента* – характеризует структуру долгосрочных вложений в капитале предприятия (коэффициент долгосрочного привлечения средств и коэффициент структуры покрытия долгосрочных вложений);
- ✦ *третья компонента* – характеризует наличие денежных средств для ведения хозяйственной деятельности (коэффициент абсолютной ликвидности, коэффициент маневренности собственных оборотных средств);
- ✦ *четвертая компонента* – характеризует зависимость предприятия от заемных средств (коэффициент финансового риска).

**С**ледующим аналитическим методом, предложенным для комплексной оценки финансовой устойчивости, является таксономический анализ, проведение которого позволит решить проблему упорядочения многомерности такой категории, как финансовая устойчивость, относительно нормативного вектора-эталоны. При построении таксономического показателя применяется матрица данных, составленная на основе стандартизации. Стандартизация позволяет устранить различие используемых единиц измерения, таких как стоимостные и натуральные. Одновременно происходит выравнивание дисперсии (каждая дисперсия становится равной единице), а также значений признаков (все средние арифметические равняются нулю, так как при этом каждый признак в одинаковой мере влияет на результаты анализа, что является нежелательным). Использование метода таксономии поможет «свернуть» многомерный статистический материал, характеризующий организацию предпринимательской деятельности во времени и пространстве в единую количественную характеристику, т. е. позволяет дать обобщающую оценку уровня управления финансовой устойчивостью субъектов хозяйствования, в том числе предприятий



электронной отрасли, с учетом их отраслевых особенностей [3].

**Д**ля проведения таксономического анализа были отобраны такие показатели, как: коэффициент автономии, собственные оборотные средства, запасы, долгосрочные обязательства и краткосрочные кредиты банков. В результате проведенного анализа выявлено, что он принимает высокие значения при больших значениях стимуляторов и низкие значения – при значениях дестимуляторов. При этом в качестве стимуляторов выступают коэффициент автономии, собственные оборотные средства и долгосрочные обязательства, так как их увеличение благоприятно влияет на деятельность компании, а дестимуляторами – запасы и краткосрочные кредиты банков [6]. Было также определено, что все предприятия имеют высокие показатели финансовой устойчивости, характеризующие их деятельность как эффективную.

Построенный таким образом таксономический показатель характеризует изменения значений признаков исследуемых групп. Важнейшее его преимущество заключается в том, что приходится иметь дело с одним синтетическим признаком, который показывает направление и масштабы изменений в процессах, описываемых совокупностью произвольного числа исходных признаков.

Для определения влияния на таксономический показатель коэффициента финансового риска, коэффициента долгосрочного привлечения средств, коэффициента текущей ликвидности, коэффициента быстрой ликвидности, коэффициента абсолютной ликвидности, коэффициента обеспечения собственных оборотных средств, коэффициента маневренности собственных оборотных средств, коэффициента структуры покрытия долгосрочных вложений, индекса постоянного актива, коэффициента обеспечения запасов собственными оборотными средствами нами был проведен корреляционно-регрессионный анализ. После проверки построенной экономико-статистической модели взаимосвязи таксономического показателя и приведенных выше показателей можно сделать следующие выводы:

- ★ коэффициент детерминации модели составил 0,8, что свидетельствует о значительной зависимости вариация зависимой переменной от вариации независимой переменной на 80%;
- ★ критерий адекватности Фишера  $F = 42,64993$ , а табличное значение данного критерия  $F = 1,92$ .

Так как расчетное значение  $F$  при заданном уровне  $\alpha = 0,05$  значимости больше табличного, то следует признать статистическую значимость уравнения регрессии. Таким образом, связь между представленными признаками существует, а результаты наблюдений не противоречат предположению о линейности модели. Вероятность ошибки по критерию Фишера равна нулю, что является менее 0,05 и модель признается значимой. На основе этих показателей получено уравнение регрессии, которое имеет вид:

$$Y = 0,959847 - 0,05 \cdot x_1 - 0,02 \cdot x_2 + 0,425 \cdot x_3 - 0,22 \cdot x_4 + 0,085 \cdot x_5 - x_6 + 0,061 \cdot x_7 + 0,041 \cdot x_8 - 0,07 \cdot x_9 - 0,11 \cdot x_{10}$$

где  $Y$  – коэффициент таксономии,  $x_1$  – коэффициент финансового риска,  $x_2$  – коэффициент долгосрочного привлечения средств,  $x_3$  – коэффициент текущей ликвидности,  $x_4$  – коэффициент быстрой ликвидности,  $x_5$  – коэффициент абсолютной ликвидности,  $x_6$  – коэффициент обеспечения собственных оборотных средств,  $x_7$  – коэффициент маневренности собственных оборотных средств,  $x_8$  – коэффициент структуры покрытия долгосрочных вложений,  $x_9$  – индекс постоянного актива,  $x_{10}$  – коэффициент обеспечения запасов собственными оборотными средствами.

Матрица парных коэффициентов корреляции показывает, что между таксономическим показателем и всеми факторами наблюдается прямая связь, т. е. чем выше значение каждого отдельного фактора, тем выше таксономический показатель. Используя уравнение регрессии, получили прогноз коэффициента таксономии по отрасли на 2011 год, который составит 0,85, что свидетельствует об улучшении финансового состояния предприятий электронной отрасли, а следовательно, определяет положительные перспективы повышения их финансовой устойчивости.

**П**одводя итог, можно отметить, что использование комплексной модели оценки в процессе управления финансовой устойчивостью дает возможность не только оценить краткосрочную перспективу предприятий, но и спрогнозировать их финансовую устойчивость на будущее. Таким образом, использование предложенной методики может быть положено в основу стратегического контроллинга на предприятиях электронной отрасли. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. **Азаренкова Г. М., Дудінова А. П.** Оптимальні напрямки підвищення фінансової стійкості та ліквідності підприємства [Текст] / Г. М. Азаренкова, А. П. Дудінова. – Х.: Коммунальное хозяйство городов, 2007. – С. 431 – 438.
2. **Бланк І. О.** Фінансовий менеджмент : Навч. посіб. : [реком. МОН України для студ. ВНЗ] / І. О. Бланк. – К. : Ельга, 2008. – 724 с.
3. **Боровиков В.** Statistica. Искусство анализа данных на компьютере / В. Боровиков. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2003. – 688 с. : рис.+ CDR – (Серия «Для профессионалов»).
4. **Коваленко В. В., Крухмаль О. В.** Оцінка фінансової стійкості для розробки антикризової стратегії її діяльності [Текст] / В. В. Коваленко, О. В. Крухмаль. – К. : Актуал. пробл. економіки. – 2007. – № 12. – С. 95 – 107.
5. **Приймак І. І.** Стратегія забезпечення фінансової стійкості суб'єктів господарювання в економіці України: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.03 [Текст] / І. І. Приймак. – Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2007. – 21 с.
6. **Саблина Н. В., Теличко Н. А.** Использование метода таксономии для анализа внутренних ресурсов предприятия / Н. В. Саблина, Н. А. Теличко. – Х. : Бизнес Информ. – 2009. – № 3. – С. 78 – 82.

# СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

СТОЛЯРЧУК А. В.

кандидат экономических наук

ЧЕРНЫШ О. Г.

Харьков

Применение широко распространенной традиционной системы оценки эффективности управления финансовой деятельностью предприятия, основанной на ресурсном подходе, а также показателей рентабельности деятельности не позволяет адекватно оценивать качество управления в долгосрочном периоде.

Современная экономическая ситуация, характеризующаяся динамизмом и глобализацией, потребовала новых подходов к оценке эффективности управления финансовой деятельностью предприятий добывающей промышленности. В связи с этим особую важность приобретает построение такой системы оценки эффективности управления предприятием, которая бы учитывала влияние изменяющейся внешней среды и долгосрочные последствия принимаемых управленческих решений.

Система оценки эффективности управления предприятием на основе стоимостного анализа позволит принимать во внимание влияние внешних факторов и с приемлемой точностью определять результат деятельности предприятия в долгосрочном периоде. В этом случае критерием эффективности управления предприятием будет приращение стоимости его капитала, выраженного в денежной форме.

Вопросы формирования инструментов стоимостно-ориентированного управления предприятием рассматривали такие зарубежные учёные: Р. Каплан, Р. Купер, Х. Махер, Ф. Модильяни, М. Миллер, Д. Нортон, Ш. Остер, М. Портер, Ф. Шерер, В. Ковалёв, Ю. Лапыгин, Н. Прохорова, а также отечественные: Т. Момот, Л. Нападовская, Г. Островская и другие.

Однако классической проблемой стоимостно-ориентированного управления украинских предприятий добывающей промышленности остаётся игнорирование методик, которые успешно используют зарубежные практики. Поэтому объективная необходимость рассмотрения возможностей применения методов стоимостного анализа для оценки эффективности

управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий добывающей промышленности Украины определяет актуальность последующего научного исследования в этом направлении.

Целью статьи является анализ преимуществ и недостатков известных инструментов управления стоимостью предприятия и выработка рекомендаций по применению одного из них для оценки эффективности управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий добывающей промышленности.

Рассмотрим известные показатели эффективности управления стоимостью предприятия (табл. 1) для последующего их анализа.

Поскольку все показатели эффективности управления стоимостью были созданы зарубежными экономистами в рамках корпоративного управления, то в табл. 1 показатели были отобраны с учётом преимущественной организационно-правовой формы хозяйствования отечественных предприятий добывающей промышленности (табл. 2).

Таблица 1

Эволюция показателей эффективности управления стоимостью

Время создания	Наименование показателей
20-е годы XX века	1. Модель Дюпона; 2. Рентабельность инвестиций (ROI)
70-е годы XX века	1. Рентабельность собственного капитала (ROE); 2. Рентабельность активов (ROA)
80-е годы XX века	1. Рентабельность чистых активов (RONA); 2. Метод дисконтированного денежного потока (DCF)
90-е годы XX века – начало XI века	1. Экономическая добавленная стоимость (EVA); 2. Система сбалансированных показателей

Таблица 2

Самые распространённые формы хозяйствования предприятий добывающей промышленности Украины на 01.01.2011 г.

Форма	Количество, ед.	Удельный вес, %
Всего	5075	100
Общество с ограниченной ответственностью	3016	59,42
Частное предприятие	835	16,45
Акционерное общество	357	7,03

Среди предусмотренных законодательством организационно-правовых форм в добывающей промышленности на 01.01.2011 г. преобладают общества с огра-

нической ответственностью (59,42%), на втором месте находятся частные предприятия (16,45%), на третьем – акционерные общества (7,03%).

Таким образом, для предприятий добывающей промышленности нехарактерным будет использование показателя акционерной добавленной стоимости (SVA).

**П**роанализируем преимущества и недостатки показателей оценки эффективности управления стоимостью предприятия. Известно, что успешно зарекомендовали себя ранее и продолжают использоваться: модель Дюпона, показатели рентабельности инвестиций, собственного капитала, активов предприятия [2]. Однако существенными недостатками применения данных показателей являются: ориентация на данные финансовой отчётности прошлых периодов; неотображение стоимости денег во времени и рисков инвесторов; использование только в интересах менеджеров разных уровней.

Методы, которые появились в середине 80-х годов XX века, в рамках подхода к управлению предприятием на основе его стоимости значительно уменьшили недостатки предшествующих проанализированных нами показателей. В это время активнее использовались показатели, в основе которых лежит величина денежного потока. Это показатели рентабельности чистых активов и дисконтированного денежного потока. Превалирующим методом, реализующим финансовый взгляд на компанию и стоимостную модель управления, был метод дисконтированного денежного потока. Но у этого метода выявился серьёзный недостаток – статичность. Метод дисконтированного денежного потока даёт возможность получить оценку проекта только на определённый момент времени, а ведь деятельность предприятия бесконечна и менеджерам не удаётся повлиять на постоянно изменяющуюся ситуацию на рынке.

шаллом. Можно выделить следующие преимущества и недостатки использования данной модели (табл. 3).

Таким образом, можно отметить, что показатель экономической добавленной стоимости имеет как ряд преимуществ, так и ряд недостатков, которые не снижают в конечном итоге его важность при оценке стратегической эффективности финансовой деятельности предприятия.

Система сбалансированных показателей, разработанная Институтом Нолана Нортон под руководством Дейвида Нортон [3], рассматривает эффективность деятельности компании по четырем взаимосвязанным составляющим: финансовой, клиентской, внутренних бизнес-процессов, обучения и развития. Однако очень большое число показателей системы и отсутствие единого интегрального показателя эффективности осложняет практическое использование сбалансированной системы показателей на предприятиях Украины.

**Т**аким образом, подводя итоги исследования, отметим, что при оценке эффективности управления финансово-хозяйственной деятельностью предприятий добывающей промышленности рациональным, на наш взгляд, является использование показателя экономической добавленной стоимости.

Переход к стоимостно-ориентированному управлению позволит руководству предприятий добывающей промышленности проводить оценку стратегической эффективности субъекта хозяйствования на основе показателя экономической добавленной стоимости, анализировать факторы, влияющие на стоимость бизнеса.

Изменения, которые должны произойти на предприятиях, перестраивающих свою систему управления на стоимостно-ориентированную, на инструментальном уровне должны быть направлены на повышение финансовой эффективности их деятельности. ■

Таблица 3

**Преимущества и недостатки использования показателя экономической добавленной стоимости для оценки эффективности управления предприятием**

Преимущества	Недостатки
1. Простота расчёта	1. Громоздкая система корректировки первичных данных баланса предприятия для уточнения экономической стоимости активов
2. Возможность определения стоимости предприятия	2. Использование данных прошедших периодов
3. Базируется на комплексном подходе к трём основным сферам менеджмента: составление капитального бюджета, оценка эффективности работы подразделений и предприятия в целом, разработка оптимальной системы премирования менеджмента	3. Основная часть добавленной стоимости в рамках модели EVA попадает на постпрогнозный период, что является корректировкой неучтённой реальной стоимости инвестированного капитала в добавленных стоимостях прогнозного периода

В ответ на указанные выше недостатки применения предыдущих инструментов оценки возникают новые альтернативные показатели стоимости. Это модель экономической добавленной стоимости (EVA) и система сбалансированных показателей (BSC). Модель экономической добавленной стоимости базируется на концепции остаточного дохода, предложенной А. Мар-

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Показники ЄДРПОУ на 01.01.11 р. Експрес-ви́пуск Державної служби статистики України № 12 від 20.01.2011 р. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. **Островська Г.** Управління вартістю: сучасні інструменти оцінки корпоративної ефективності / Г. Островська // Світ фінансів.– 2008.– № 3(16).– С. 106 – 117.
3. **Каплан Р. С.** Сбалансированная система показателей: от стратегии к действию / Р. С. Каплан, Д. П. Нортон.– М.: ЗАО «Олимп-Бизнес».– 2003.– 210 с.

# ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЧУМАК Л. Ф.

кандидат экономических наук

ПАРХОМЕНКО Е. С.

кандидат экономических наук

Харьков

В современных условиях повышенной нестабильности ведения хозяйственной деятельности предприятия, проблема разработки и реализации стратегии развития является одной из самых насущных. Под стратегиями развития понимают план, реализацию и достижение, как правило, таких целей, как расширение производства, увеличение прибыли, увеличение объемов продаж, доли рынка и т. д. Достигать поставленных целей можно различными путями: экстенсивным, интенсивным научно-техническим, инновационным научно-техническим [1]. В зависимости от вида предприятия, отрасли его принадлежности, типа производства, временного интервала, ситуации и т. п. выбирается тот или иной путь. В настоящее время все чаще предприятия выбирают интенсивный или инновационный путь развития, отказываясь от экстенсивного, поскольку происходит переход в ориентации с рынка продавца к рынку покупателя. Этот процесс тесно связан с оценкой своих возможностей и последующим ответом на вопрос: достаточно ли имеющихся возможностей для достижения желаемых результатов в будущем? Таким образом, стратегические решения базируются на возможности реализации потенциала предприятия и эффективного использования ресурсов. В связи с этим актуальным является и создание или выбор инструментальных средств, которые дают возможность выявить и оценить потенциал предприятия, что послужит основой для разработки стратегии развития предприятия.

Наиболее общим является подход, согласно которому к предметным составляющим потенциала промышленного предприятия относят:

- ✦ *рыночный потенциал*: потенциальный спрос на продукцию и доля рынка, занимаемая предприятием, потенциальный объем спроса на продукцию предприятия, предприятие и рынок труда, предприятие и рынок факторов производства;
- ✦ *производственный потенциал*: потенциальный объем производства продукции, потенциальные возможности основных средств, потенциальные возможности использования сырья и материалов, потенциальные возможности профессиональных кадров;
- ✦ *финансовый потенциал*: потенциальные финансовые показатели производства (прибыль-

ности, ликвидности, платежеспособности), потенциальные инвестиционные возможности.

Для разработки стратегии развития предприятия, на наш взгляд, оценка производственного потенциала играет особую роль, так как позволяет определить важные конкурентные преимущества предприятия к которым можно отнести возможность преимущества по затратам на основе формирования оптимальной структуры факторов производства.

Под производственным потенциалом, в частности, понимают отношения, возникающие на предприятии по поводу достижения максимально возможного производственного результата при наиболее эффективном использовании интеллектуального капитала предприятия для поиска передовых форм организации производства; имеющейся техники в целях получения наиболее высокого уровня технологий; материальных ресурсов для обеспечения максимальной экономии и оборачиваемости [3].

Структура производственного потенциала предприятия достаточно полно представлена группой авторов в работе [2], которые отнесли к его составляющим средства производства, потенциал технического персонала, потенциал земли и природно-климатических условий, потенциал основных и оборотных фондов, нематериальных активов, а также потенциал воспроизводства (инновационный и инвестиционный), финансовый потенциал.

Формирование и наращивание производственного потенциала, а также его успешное взаимодействие с постоянно меняющейся внешней средой и будет составлять стратегию развития предприятия.

Каждое из предприятий неповторимо, следовательно, не существует и универсальной стратегии развития, но, тем не менее, разработаны основные типы стратегий бизнеса. Выбор той или иной стратегии от большого количества внутренних и внешних факторов. К базовым стратегиям развития отнесены стратегии концентрированного роста, интегрированного роста, диверсифицированного роста. Эффективная стратегия роста предприятия основывается на правильно выбранных долгосрочных целях, на оценке собственного потенциала и анализе возможностей и угроз, которые предоставляет внешняя среда, кроме этого, играет роль и каким является само предприятие – малым, средним или крупным.

При оценке производственного потенциала предприятия проводится анализ текущего состояния предприятия. По основным составляющим (производственной, материальной, кадровой) проводится анализ их движения. С этой целью используются коэффициенты обновления, выбытия, прироста ОФ, коэффициент неравномерности поставок материалов, коэффициент

оборота по приему кадров, коэффициент оборота по выбытию, коэффициенты текучести и постоянства кадров. Затем оценивается текущее состояние, для чего рассчитываются коэффициент износа, пригодности ОФ, коэффициент использования наличного оборудования, фонд времени использования оборудования и производственных мощностей, фактический и плановый коэффициент обеспеченности материальными ресурсами, среднегодовая выработка продукции одним работающим и показатели баланса рабочего времени. Огромную роль для оценки потенциала играют коэффициенты эффективности использования составляющих – фондоотдача, фондоемкость, коэффициент загрузки оборудования, рентабельность ОФ, коэффициент сменности, материалоотдача продукции, материалоемкость продукции, удельный вес материальных затрат в себестоимости продукции, коэффициент использования материалов, изменение среднего заработка рабочих за период, изменение среднегодовой выработки, непроизводственные затраты рабочего времени, экономия (перерасход) ФЗП.

После проведенной оценки производственного потенциала предприятия делаются выводы о соответствии имеющегося потенциала перспективным целям развития (табл. 1). Для разработки для конкретного предприятия, организации, фирмы структуры предложенной таблицы и получения последующего вывода, безусловно, необходимо привлечение экспертов-специалистов, способных адекватно выставить одну из пяти предложенных оценок соответствия составляющей потенциала перспективной цели развития.

В этой ситуации в рассмотрение и анализ следует включить так называемые «субъективные составляющие» – научно-технический, управленческий, информационный, инфраструктурный, маркетинговый, логистический и, безусловно, финансовый потенциал.[2] Для этого также проводится анализ с использованием определенного набора показателей, результатом которого должны стать выводы о возможности повышения уровня производственного потенциала силами самого предприятия или целесообразности привлечения сторонних сил: внешних инвестиций, займов, кредитов, лизинга и т. д.

В данном случае оценка потенциала соединяет в себе три подхода: ресурсный, ориентированный на определение производственного потенциала предприятия как совокупности производственных ресурсов, определяет его величину как сумму физических и стоимостных оценок отдельных его составляющих; структурный, ориентированный на определение рациональной структуры производственного потенциала предприятия, определяет его величину исходя из прогрессивных норм и нормативных соотношений, заданных наиболее совершенными технологиями, организацией производства в целом и отдельных подсистем предприятия, которые используются в отрасли; проблемно-ориентированный, направленный на определение соответствия наличного потенциала достижению поставленных целей.

Следует отметить, что структурный подход связан с определенными трудностями, связанными с тем, что все элементы производственного потенциала функционируют одновременно и постоянно взаимодействуют друг с

**Таблица 1**

**Соответствие наличного потенциала стратегическим целям развития предприятия**

Составляющие потенциала Цели развития	Производственно-фондовая	Материальная	Кадровая	...
1	Соответствует: – полностью (100%); – в основном (от 80%); – в большинстве элементов (от 50%); – по небольшому кол-ву элементов (от 30%); – по второстепенным элементам (от 25%); – не соответствует (0%)			
2				
...				

Если имеющийся уровень потенциала достаточен для достижения поставленных целей, то стратегия развития строится на имеющейся базе с учетом изменений внешних факторов.

Если же наличный уровень потенциала недостаточен для реализации целей, то необходимо рассмотреть их целесообразность (имеет ли смысл стремиться к достижению цели, не имея для этого возможностей, т. е. отказ от поставленной цели или переориентация – открытие нового направления деятельности с привлечением инвестиций) и возможные пути увеличения производственного потенциала предприятия.

другом, поэтому экспертам трудно установить «размер вклада» отдельного вида ресурса в реализацию всего потенциала. К структурообразующим элементам потенциала можно относят «субъективные составляющие» – технологию и организацию. Со структурным подходом связана еще одна характеристика потенциала – его мощность, которая является количественной оценкой его производственных возможностей. Мощность должна определяться относительно отдельных подсистем и потенциала в целом и указывать место конкретного подраздела, элемента во всем потенциале. Для определения структурных характеристик потенциала исследуют:

- ✦ масштаб потенциала и его пространственное размещение;
- ✦ характер деятельности, которую должен выполнять производственный потенциал предприятия;
- ✦ степень замкнутости.

Оценка всех этих составляющих также заносится в таблицу, аналогичную табл. 1 и делаются соответствующие, более расширенные и глубокие выводы относительно возможности формирования стратегии развития предприятия на основе наличного производственного потенциала или даются рекомендации о рациональных путях увеличении потенциала.

С каким бы уровнем производственного потенциала мы не имели бы дела при разработке стратегии развития предприятия, необходимо отдельное внимание уделить возможным рискам на пути достижения цели.

При этом необходимо оценивать, насколько возникшая рискованная ситуация может повлиять на изменение уровня наличного производственного потенциала предприятия. И уже с учетом возможных рисков формировать окончательную стратегию развития предприятия. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Бізнес-адміністрування: Підручник / За ред. д. е. н., проф. Л. Г. Мельника, д. е. н., проф. С. М. Ілляшенка та к. е. н., доц. І. М. Сотник.– Суми : ВТД «Університетська книга», 2008.– 896 с.

2. Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексик О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібник.– Вид.2-е, без змін.– К. : КНЕУ, 2006.– 316 с.

3. [http://publish.cis2000.ru/articles/book\\_9/intro.shtml](http://publish.cis2000.ru/articles/book_9/intro.shtml)

## ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ТА МОДЕЛІ СТИМУЛЮВАННЯ БЕЗПЕЧНОЇ ПРАЦІ НА ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

ГУСЄВ А. М.

кандидат біологічних наук

Київ

Згідно даними Всесвітньої Організації Охорони здоров'я, смертність від нещасних випадків у наш час займає третє місце після серцево-судинних і онкологічних захворювань. Проте, якщо від цих захворювань вмирають, головним чином, люди старшого віку, то від нещасних випадків на виробництві гинуть переважно працездатні люди молодого і середнього віку. Так, статистика показує, що у чоловіків у віці від 15 до 36 років найпоширенішою причиною смерті є нещасний випадок. Можна з упевненістю стверджувати, що проблема зниження травматизму різного роду у нас в країні, як, втім, і у всьому світі, надзвичайно актуальна і заслуговує найбільшої уваги. Особливої актуальності заслуговує питання мотивації безпечної праці, зокрема моделей стимулювання безпечної праці на виробничих підприємствах.

Питання підвищення безпеки праці та стимулювання охорони праці розглянуто у працях науковців Анісімова М. В., Апостолюка С. О., Атаманчука П. С., Батлука В. А., Данюка В. М., Котик М. А., Соколовського І. А., Мендерецького В. В., Мірошніченко О. В., Панчука О. П. та ін. Проте у працях згаданих науковців недостатньо висвітлена проблема співвідношення питомої ваги соціально-психологічних факторів у мотивах безпечної праці, зокрема співвідношення категорій «фактор» – «мотивація» – «результат» – «моделі стимулювання», «фактор» – «перемотивація» – «результат» – «моделі стимулювання».

Метою статті є дослідження впливу мотивації на безпечність праці, розгляд можливих моделей стимулювання праці.

Серед соціально-психологічних якостей, що впливають на безпеку праці, мотивація займає, мабуть, найважливіше місце.

Мотивація – система чинників, яка включає: потреби, цілі, наміри, цінності, установки, відносини (до себе і оточуючих), інтереси і інше [4, с. 36].

Мотивація обумовлює спрямованість і активність поведінки людини в цілому. Проте конкретний вчинок, конкретна дія відбувається під впливом феномена, який називають мотивом [5, с. 66].

На нашу думку, мотивація безпечної праці – сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, направленої на реалізацію саме безпечної праці, збереження власного здоров'я та життя.

Відомо, що ігнорування норм (правил) безпеки може супроводжуватися для робітника такими можливими негативними наслідками: а) отриманням фізичного збитку (здоров'ю, больової дії); б) отриманням соціального збитку (покарання). Практика показує, що поведінку (дії) працівника можна охарактеризувати як безпечні, якщо працівник: 1) роботу (завдання, операції) виконує згідно технологічному регламенту з дотриманням вимог безпеки; 2) при небезпечних ситуаціях (нещасному випадку, інциденті, аварії і ін.) діє впевнено, в установленому порядку; 3) як на робочому місці, так і зовні нього дотримується трудової дисципліни, правил внутрішнього трудового розпорядку [5, с. 72].

Розглянемо, яке ж співвідношення питомої ваги соціально-психологічних факторів у мотивах безпечної праці.

Під впливом надмірної мотивації (так званої перемотивації) може порушуватися адекватність сприйняття реальної ситуації. Під впливом дуже сильної мотивації подія, яка є небажаною (наприклад, небезпечна ви-

робнича ситуація), здається менш вірогідною. З іншого боку, чим сильніше мотив до досягнення значущої для суб'єкта мети, тим більше загроза її недосягнення.

Розглянемо мотиви виробничої праці і їх взаємозв'язок. Дослідники прийшли до висновку, що в праці виявляються такі п'ять основних мотивів: 1) вигода; 2) безпека; 3) зручність; 4) задоволеність; 5) нівеляція в трудовому колективі. Зупинимося окремо на кожному з них [2, 7, 8].

Мотив вигоди полягає в отриманні винагороди за результати праці. У поняття вигоди включається і матеріальна вигода (заробітна платня, преміальні), і соціальна вигода (престиж, самоствердження, професійна гордість). Наявність явно вираженого зв'язку між фактичними результатами праці і отриманими при цьому вигодами, як показують дослідження [5, 6], підсилюють силу мотиву вигоди. У цьому значенні важливо, щоб робітники систематично і своєчасно інформували про результати їх праці.

Мотив безпеки виявляється в прагненні уникати небезпеки, виникаючої в процесі праці. Під небезпекою тут розуміється не тільки можливість фізичних пошкоджень, що загрожують здоров'ю і життю робітника, але і матеріальні небезпеки (пов'язані з поломкою техніки, позбавленням премії, зниженням розряду, пониженням на посаді), а також небезпеки громадського порядку (адміністративні покарання, втрата пошани, авторитету і ін.).

Мотив зручності виявляється в прагненні вибрати більш легкий спосіб виконання завдання, при якому потрібні менші енергетичні витрати, менша психічна напруга. Такими способами звичайно виявляються не ті, які об'єктивно є найпростішими, а ті, для виконання яких у людини вироблені навички. Так, зазвичай засіб індивідуального захисту, без якого, на думку робітника, можна обійтися, представляється йому особливо незручним, хоча на ділі він може майже не заважати роботі.

Мотив задоволеності виявляється в отриманні задоволення від результату процесу праці. Таке задоволення може виникати безпосередньо від досягнутого результату, а може бути опосередковано тим внеском, який вносить даний результат в досягнення більш далекої мети. Поява мотиву задоволеності залежатиме від ціннісних критеріїв, схильностей, інтересів робітника. Такий мотив особливо сильний тоді, коли професія відповідає особовій спрямованості робітника, представляється йому престижною. Проте і в таких професіях одні види діяльності можуть створювати велику, інші – меншу задоволеність.

Мотив «нівеляції» виявляється в прагненні діяти відповідно до того, як «прийнято» поступати в даній робочій групі, інакше, – у прагненні бути не гірше інших. Мотив цей принципово відрізняється від мотиву соціальної вигоди або ж мотиву уникнення суспільного засудження тим, що в даному випадку людина не чекає ні нагороди, ні покарання. Мотив врахування думки співробітників походить від властивого людині прагнення приєднатися до думки оточуючих, від усвідомлення, що оточуючі чогось чекають від неї. Даний мотив є продуктом самої колективної праці.

Усі названі мотиви присутні в діяльності будь-якого робітника. Проте питома вага кожного з них в загальній мотивації у різних робітників далеко не однакова. У одного ведучим може бути мотив соціальної вигоди, у іншого – безпеки, у третього на передньому плані може виявитися мотив матеріальної вигоди і т. д. Подібна ієрархія мотивів, разом з ієрархією потреб, відображає те ядро особи, яке можна визначити як її спрямованість.

Існують й інші об'єктивні закономірності, що впливають на силу мотивації:

а) *вплив усвідомленості об'єкту мотивації*. Ясність і визначеність об'єкта устремління підвищує волюві зусилля і активність організму і підсилює силу мотиву до досягнення цього об'єкту. Цю залежність називають «законом спеціальної детермінації волі» [4, с. 36].

Отже, якщо робітник недостатньо чітко представляє небезпеку своєї праці, а тому недостатньо ясно усвідомлює користь засобів захисту і правил техніки безпеки (ТБ), то сила його мотивації до використання цих засобів і виконання правил буде невисокою. У результаті його поведінка в даній праці детермінуватиме не мотив безпеки, а інші мотиви.

б) *вплив навички на силу мотиву*. Навички сприяють поліпшенню результатів діяльності, а діяльність стає більш привабливою в майбутньому. Отже, виробляючи навички з дотримання правил ТБ, робітник тим самим підсилює власну мотивацію до виконання цих правил. Причому під впливом більш сильного мотиву становлення навичку йде швидше. Виходить доцільний ланцюжок замкнутих чинників: сильний мотив сприяє становленню навичку, а навик ще більшою мірою підсилює цей мотив.

в) *вплив початкової привабливості предметів мотивації на силу мотивів*. Людині властиво ідеалізувати привабливі предмети, що сприяє ще більшому посиленню прагнень до цих предметів, або робить їх об'єктом інших мотивів. Наприклад, робітник у кінці зміни мотивований швидше завершити завдання. Але тут він уявляє, що повинен до кінця роботи вирішити важливе для нього питання. Тепер уже два мотиви спонукатимуть його діяти швидше. Під впливом подібної посиленої мотивації може порушитися адекватність сприйняття, і людина може сприйняти ситуацію такою, якою хотіла би її бачити, а не такою, якою вона є насправді.

У розглянутому вище прикладі робітник під впливом сильної мотивації до швидкого завершення роботи може в поспіху невірно оцінити ситуацію, прийняти задачу за більш просту, припуститися помилки з небезпечними наслідками. Під впливом сильної мотивації подія, яка є небажаною, здається менш імовірною, ніж воно є насправді. У тому ж прикладі робітник, можливо, і помічає, що в поспіху допускає певні порушення правил ТБ, проте наслідки цих порушень здаються йому менш вірогідними, ніж вони фактично є. І ця обставина теж може послужити однією з причин нещасного випадку.

г) *вплив складності завдання на силу мотивації до його виконання*. При виконанні виконавцем найпростіших завдань, де вірогідність до близька до одиниці, мотивація буде близькою до нуля. З іншого боку, мотивація падає до нуля і при виконанні особливо важких завдань, де вірогідність досягнення мети вже дуже мала, і надій на успіх майже не буде [2, с. 455].



Але найбільша сила мотиву виявляється при виконанні завдань середньої складності, де є достатньо надій на успіх, але де і присутні труднощі, що роблять такий успіх привабливим. Отримана закономірність зміни сили мотиву ( $M$ ) як функції складності задачі, – тобто вірогідності ( $p$ ) недосягнення мети, представлена на рис. 1.

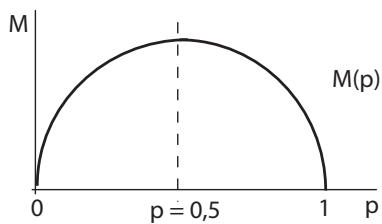


Рис. 1. Залежність мотивації ( $M$ ) до виконання завдання від ступеня її складності ( $p$ ) [2]

Тут простежується явний зв'язок з мотивами праці, перш за все, – з мотивом задоволеності. Так, надмірно просте завдання, доручене кваліфікованому робітнику, часто викликає небажання його виконувати, іноді навіть незважаючи на наявність високої матеріальної вигоди. Подібне явище особливо характерне для робітників, для яких професія і кваліфікація є престижними.

Мотиви часто входять в суперечність один одному, проявляючи те, що називають конфліктом мотивів. Зупинимось докладніше на аналізі конфлікту між мотивами вигоди (зручності) і мотивом безпеки.

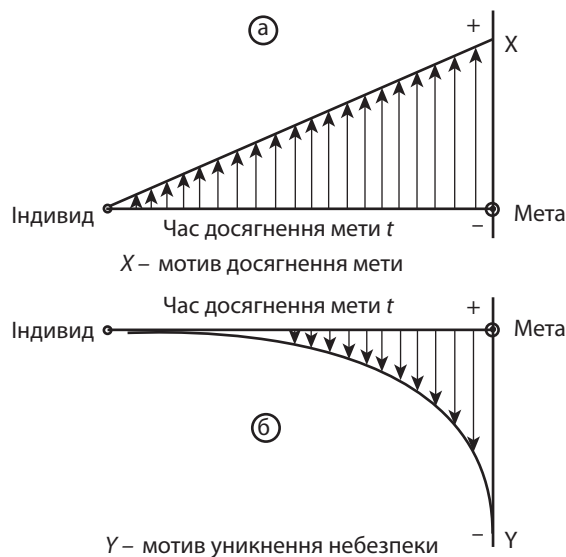
Якщо формально оцінити вплив різних правил і інструкцій по ТБ на процес праці, то легко помітити, що всі вони, захищаючи робітника від небезпеки, одночасно накладають відповідні обмеження на його поведінку. Не будь цих правил, робітник був би вільний виконувати дії будь-яким способом, який він визнає в даний момент вигідним, зручним для себе. Правила ж встановлюють якісь межі, у рамках яких він повинен працювати. Аналогічно і засоби захисту обмежують робітника від небезпеки і при цьому тією чи іншою мірою обмежують свободу його дій.

Існує поняття так званого *градієнта мети* [7], яке означає, що з наближенням мети посилюється сила мотиву до її досягнення, або, іншими словами, при рівних по силі мотивах, що змагаються, перемагає той, який швидше реалізується (тобто має більш високий «градієнт»). Для робітника одержувана вигода (велике вироблення) реалізується тут же, у процесі роботи, і її вірогідність вище, ніж вірогідність безпеки (як щось, пов'язане з майбутнім). Через це «градієнт» вигоди виявляється вище, ніж «градієнт» безпеки, і це сприяє вибору другої стратегії.

Для графічної ілюстрації описаного положення скористаємося експериментальними даними німецького психолога У. Ундейч, наведеними в монографії М. А. Котика [7, с. 219]. На рис. 2 (а) показано зміну сили мотиву досягнення у міру наближення до привабливої мети і зміни сили мотиву уникнення небезпеки (б), яка може виникнути у процесі досягнення мети.

Як видно з рис. 2, сила мотиву досягнення ( $X$ ) до реальної мети зростає пропорційно наближенню до неї. Сила ж мотиву уникнення ( $Y$ ) можливої небезпеки росте

у міру наближення до мети спочатку слабо і лише перед самою метою та її небезпекою, якщо вона виявляється близькою і її реалізація представляється можливою, різко зростає. Якщо ж реалізація небезпеки розцінюється як маловірогідна подія, то мотив уникнення небезпеки може зберегтися на низькому рівні і взагалі не зростати.



а – зміна мотиву  $X$  до досягнення мети;  
б – зміна сили мотиву  $Y$  до уникнення небезпеки.

Рис. 2. Зміна сили мотивації по мірі наближення до мети [7]

У літературі питанням охорони праці і техніки безпеки присвячені різні теорії і методи охорони праці, засновані на взаємодії мотивуючих чинників. З них дві моделі довели свою здатність покращувати показники в роботі з охороною праці. Одна модель – організаційні заходи управління поведінкою (ОМУП) – концентрує увагу на закономірностях змін в поведінці і вживанні методів контролю, розроблених Б. Ф. Скіннером [7 – 8]. Інша модель – методи тотального контролю якості (МТКК) – висуває проблему зміни процесів і використання принципів управління якістю, запропонованих У. Е. Демпінгом [7 – 8].

Вживання стимулів для мотивації робітників і службовців – загальноприйнята практика у всьому світі. Серед учених і фахівців ходять суперечки з приводу цінності, яку представляють програми стимулювання. Стимули є головними чинниками, які обумовлюють реакцію на оточуючу обстановку.

Використовування спонукальних мотивів, нагород і визнання заслуг для того, щоб зацікавити робітників і службовців у дотриманні правил техніки безпеки, – загальна мета процедури ОМУП і моделі МТКК. У процедурі ОМУП використання спонукальних мотивів для закріплення реакцій робітників і службовців на оточуючу обстановку є вирішальною умовою успішного виконання програми. У моделі МТКК матеріальна винагорода, просування по службі та інші спонукальні мотиви застосовуються для того, щоб відзначити творчий внесок у поліпшення виробничого процесу.

## ВИСНОВКИ

З приведених залежностей впливу мотивації на безпечність праці виходить, що є об'єктивні причини, що роблять мотив вигоди більш переважним в порівнянні з мотивом безпеки. Але звідси витікають і можливі шляхи боротьби з таким ненормальним положенням:

1) знаходити шляхи підкріплення і посилення мотиву безпеки, тобто широкого вживання заохочень робітників за безпечну працю. Потрібно так само, як вироблення, стимулювати і безпечну роботу – стимулювати матеріально і соціально. Якщо врахувати сумарні втрати, що виникають за рахунок нещасних випадків, то виявляється, що витрати на таку стимуляцію багато разів окупаються за рахунок зниження втрат від травматизму;

2) створювати таку техніку і організації умов праці, щоб отримання вигоди за рахунок порушення правил стало б неможливим. А де подібну техніку ще не впроваджено, слід культивувати в колективі такий психологічний клімат, при якому падіння авторитету через порушення правил безпеки зводило б нанівець всі матеріальні вигоди, які могли бути б досягнуті за рахунок порушень.

Надалі необхідно продовжувати розробки стимулюючих моделей і програм для мотивації робітників і службовців виробничих підприємств з метою забезпечення безпечності праці, зменшення травматизму та трагічних летальних випадків. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Апостолюк С. О., Джигирей В. С., Апостолюк А. С., Соколовський І. А., Апостолюк Б. О.** Безпека праці: ергономічні та естетичні основи: навч. посіб.– 2-ге вид., стер.– К.: Знання, 2007.– 215 с.
2. **Аткінсон Р. Л., Аткінсон Р. С., Смит Э. Е., Бем Д. Дж., Нолен-Хоэксема С.** Введение в психологию: [пер. с англ.] / В. П. Зинченко (общ.ред.).– 15-е междунар. изд.– СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007.– 816 с.
3. **Батлук В. А., Кулик М. П., Яцюк Р. А.** Охорона праці: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Національний ун-т «Львівська політехніка».– 2-ге вид.– Л.: Видавництво Національного ун-ту «Львівська політехніка», 2009.– 360 с.
4. **Данюк В. М.** Мотивування як чинник активізації трудової поведінки / В. Данюк // Укр. Аспекти праці: 2007.– № 5.– С. 36 – 41.
5. **Захарченко М. В., Орлов В. М., Голубєв А. К., Тітенко В. Ф.** Безпека життєдіяльності у повсякденних умовах виробництв, побуту та у надзвичайних ситуаціях: Навч. посібник для студ. вищ. навч. закладів України / Українська держ. академія зв'язку ім. О. С. Попова.– К., 1996.– 196 с.
6. **Колбачев Е. Б., Новик Е. В., Колбачева Т. А.** Организация, нормирование и оплата труда на предприятии.– Ростов-на-Дону: Феникс, 2004.– 224 с.
7. **Котик М. А.** Психология и безопасность.– М.: Валгус, 1981.– 408 с.
8. Психология безопасного труда [Электронный ресурс] / – Режим доступа к статье: <http://www.dvkuot.ru/index.php/artikul/227-bestru>

## ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ДЛЯ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

**КУЛИК Н. М.**

*кандидат технічних наук*

**Слов'янськ**

**АБРАМОВА О. В.**

*здобувач*

**Київ**

Управління витратами в сучасних ринкових і кризових умовах постає для управлінців на перший план. Цей процес цілеспрямованого формування витрат за їх видами, центрами виникнення та носіями, постійний контроль рівня витрат і стимулювання їх зниження ґрунтується на комплексному та всебічному аналізі витрат, що виникають у поточній діяльності підприємства.

Досягнення лідерства по витратах підприємства легкої промисловості вимагає постійного контролю за витратами в умовах нестабільного ринку цін та конкурентної боротьби.

Аналіз, як набір наукових методів і прийомів, які дозволяють виявляти закономірності поведінки витрат,

як об'єкта дослідження, ґрунтується на достовірній інформації та фактичних подіях.

Тому формування прозорої, адекватної та всебічної інформаційної бази про місця та центри виникнення витрат постає підґрунтям для ефективного управління, оперативного та стратегічного аналізу витрат виробництва.

Проблемами аналітичного забезпечення управління багато уваги приділяють такі науковці, як М. Г. Чумаченко, Дж. Шанк, В. Говиндараджан, С. З. Мошенський, Є. В. Мних та інші [1 – 3]. Вони зазначають, що інформаційне забезпечення економічного аналізу – це система одержання, оцінки, переробки даних, що створено з метою підготовки та обґрунтування управлінських рішень. Інші дослідники-аналітики [5, 6] у цілому підтримують таке визначення.

Прибуток, як бажаний результат діяльності будь-якого суб'єкта господарювання, залежить від трьох складових: витрат на виробництво і реалізацію продукції, планової ціни одиниці продукції та обсягу реалізації продукції.

Виробництво у галузі легкої промисловості, зокрема на ринку ЗІЗ (засобів індивідуального захисту), є матеріаломістким. Сировина та матеріали, здебільше, імпортуються, що пов'язане з нестабільністю цін і поста-

вок. Планова ціна одиниці продукції обмежена зверху, що обумовлено особливостями на ринку ЗІЗ, де діє обмежена кількість виробників [1]. Обсяг реалізації продукції, у свою чергу, обмежений тендерними угодами.

У ситуації, що склалася, для одержання результату необхідно постійно аналізувати ці складові та визначати залежність між витратами, обсягом реалізації, ціною і прибутком підприємства. Головним завданням, на нашу думку, є пошук можливостей максимізації прибутку шляхом вибору найвигіднішого поєднання змінних і постійних витрат. Це входить до складу функцій процесу управління витратами.

Загальна структура економічного аналізу витрат підприємства включає в себе такі етапи:

- ✦ узагальнюючий аналіз витрат;
- ✦ аналіз граничного рівня витрат;
- ✦ аналіз виконання кошторису витрат;
- ✦ аналіз витрат за калькуляційними статтями;
- ✦ аналіз нормативної бази формування витрат за видами діяльності;
- ✦ аналіз витрат за центрами формування та відповідальності;
- ✦ аналіз впливу зміни витрат на кінцеві результати.

Слід відзначити, що економічний аналіз витрат підприємства стане підґрунтям процесу управління, тільки маючи змістовне інформаційне забезпечення.

Інформаційною базою для економістів-аналітиків підприємства легкої промисловості є вихідна інформація кошторисів витрат, дані бухгалтерського, статистичного та управлінського обліку, матеріали ревізій та обстежень.

Створюючи інформаційне забезпечення, треба дотримуватися таких принципів та вимог: цілісність, вірогідність, контроль, захист, однаковість, гнучкість, стандартизація та уніфікація інформації [1].

До складу інформаційного забезпечення входять методичні інструктивні (нормативні) матеріали, системи класифікації та кодування, а також інформаційні бази даних.

Джерелами інформації для аналізу служать дані звітного характеру, тобто документи управлінського обліку, статистична та бухгалтерська звітність.

Ці документи характеризують використання трудових ресурсів, коштів, фінансові результати, дані про витрати тощо. Використовуються дані фінансової звітності, баланс, звіти, а також податкова звітність.

Особливе місце у аналізі посідають відомості з облікових реєстрів, рахунків, статей, оборотних відомостей, карток та книг обліку, первинних документах, вимогах, нарядах, накладних, передавальних дорученнях тощо.

Усі види планів, що розроблено на фірмі, – плани виробництва, модернізації та стратегічного розвитку, фінансові, збутові, постачання, технологічна документація – широко використовуються для цілей аналізу.

Для проведення періодичного (щоденного, місячного, квартального та річного) оперативного аналізу витрат, спираючись на рекомендації [1, 2], ми вважаємо за доцільне пропонувати таку «пірамідальну» структуру формування інформаційного забезпечення (рис. 1).

**1-й рівень** – збирання даних з первинних джерел інформації (найбільший обсяг інформації) про виконання виробничих завдань, про наявність та рух матеріалів, сировини по технологічних переділах, постачання матеріалів, відвантаження готової продукції на склад і споживачу;

**2-й рівень** – дані планування та аналізу виробничих процесів, результати оцінки використання трудових ресурсів, завантаження обладнання, використання енергоносіїв, планування періодичних виробничих планів, планів постачання та збуту, планування підготовки серійного виробництва, дані про надходження коштів, облік витрат на виробництво, виконання адміністративних функцій та комерційну діяльність, визначення фактичної собівартості продукції;

**3-й рівень** – формування обмеженого набору ключових показників виробничого процесу, комерційної діяльності та фінансових результатів для першого керів-



Рис. 1. Структура формування інформаційного забезпечення на підприємстві легкої промисловості

ника та інших осіб, які уповноважені приймати управлінські рішення.

Кожний рівень із запропонованої структури даних несе інформаційне забезпечення для аналізу та контролю саме того об'єкта чи місця виникнення витрат, яке потрібно аналізувати саме зараз, при виникненні потреби аналізу чи контролю. Класифікація даних в групі саме для управлінського аналізу проводиться залежно від видів аналізу, що планується провести, потреб контролю, специфіки кожного підприємства залежно від особливостей виробництва та галузі.

**П**ідсумуємо, що носії інформації для управлінського аналізу повинні бути чітко класифіковані відповідно до поставлених перед аналітичною або контролюючою групою фахівців завдань. Класифікація документації включає в себе не тільки ретельно відібрані первинні відомості для конкретного аналізу, а й зведені (проаналізовані) документи, які подані та оброблені для оперативного та стратегічного аналізу в попередній час. Також до інформації, яка аналізується, слід додавати незафіксовані у бухгалтерському (фінансовому) обліку, тобто управлінські данні, які є наслідком проведеного дослідження зовнішніх факторів роботи підприємства або галузі.

Прикладом складання такої інформаційної бази наведемо дослідження зі зниження собівартості взуття при збереженні його основних захисних функцій. Окрім документів, які фіксуються у реєстрах обліку (кошторису, паспорту виробу, калькуляційної картки) і є підставою для аналізу витрат по елементах, за статтями калькуляції, потрібні таблиці для ранжування кожної функції виробу, визначення функціональної значущості та проблемності (табл. 1). Ці документи ніде офіційно не зафіксовані, вони створені тимчасовою ініціативною групою у складі модельєра-конструктора, технолога, маркетолога, економіста, менеджера відділу постачання. Група визначила цінову планку, якої на той час вимагає ринок збуту саме цього товару, та почала пошук резервів зниження витрат саме на функціональному рівні. Звісно, паралельно з ними над вирішенням проблеми пошуку місць виникнення та зниження витрат працювали інші групи або окремо взяті фахівці. Наприклад, загальновиробничі витрати, відомості про які не впливають на ФВА, потрібні при складанні та контролю

бюджетів, аналізу відхилень, пошуку резервів зниження та усунення перевитрат саме з боку накладних витрат.

У ході ФВ аналізу досягнуто головної мети дослідження – зниження витрат на забезпечення мінімально необхідної функціональності захисного черевика майже у 4,5 раза. Захисний черевик набув конкурентоздатної вартості та успішно виграв тендери, що проводилися Укрзалізницею та іншими державними підприємствами.

Таким чином, робота обліковців у сучасних умовах постає не тільки у фіксуванні інформації та поданні звітності, а й у вмінні чітко та повно подати її класифіковану та оброблену для того чи іншого виду аналізу.

У зв'язку із суворою необхідністю економити витрати на оплату праці вважаємо недоцільним у кожному підрозділі комерційного та виробничого блоку утримувати власних обліковців.

Функції з планування бюджетів, виробничих планів, веденню первинної документації, обліку постачання та збуту, обліку витрачання грошових коштів за центрами відповідальності доцільно покласти на багатофункціональний планово-економічний відділ. Цей відділ, залучаючи обмежену кількість персоналу, має очолити процеси розробки та заповнення первинної документації, її збирання та обробку для передачі її в найкращому вигляді та в оптимальній кількості відповідним керівникам для своєчасного прийняття обґрунтованих управлінських заходів.

## ВИСНОВКИ

Сьогодні вимагає від управлінців глибокого, ретельного та постійного аналізу витрат та центрів їх виникнення. Головне ж підґрунтя для цієї кропіткої та відповідальної роботи – інформаційна база – не повинно зводитися до облікових даних, які є лише фіксуванням подій, що сталися. Тенденції з впровадження управлінського обліку принесли керівникам різних рівнів неупереджену та змістовну інформацію про справжній стан справ на фірмі. Самі по собі облікові документи не дають можливості для сучасного аналізу витрат. Потрібні дані нового рівня, класифіковані та адаптовані для конкретної ситуації та різних видів аналізу. Це дає можливість виводити своє підприємство на конкурентний рівень господарювання задля досягнення головної мети – одержання прибутку.

Таблиця 1

### Формування інформаційної бази для функціонально-вартісного аналізу виробу «Чобіт на блочках» артикул

№	Носій інформації	Центр виникнення	Клас даних	Змістовність носія інформації для аналізу чи контролю
1	Структурна модель захисного черевика	Відділ моделювання	Обліково-управлінський 2 рівень	Склад виробу
2	Функціональна модель захисного черевика		Управлінський 3 рівень	Внесок кожної складової у функціональність виробу
3	Калькуляція витрат на матеріальні носії	Планово-економічний відділ	Обліково-управлінський 1 – 2 рівень	Матеріальні витрати по кожній складовій виробу
4	Паспорт виробу	Планово-економічний відділ	Обліково-управлінський 2 рівень	Інформація про виробничі та накладні витрати, з/пл.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Економічний аналіз : Навч. посібник / М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатюк та ін.; За ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка.– Вид. 2-е, перероб. і доп.– К. : КНЕУ, 2003.– 556 с.

2. **Мошенський С. З., Олійник О. В.** Економічний аналіз: Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів / За ред. Ф. Ф. Бутинця.– 2-ге вид., доп.– Житомир, 2007.– 704 с.

3. **Шанк Дж.** Стратегическое управление издержками / Дж. Шанк, В. Говиндараджан.– СПб. : Изд-во «Бизнес-Микро», 1999.– 342 с.

4. **Мних Є. В.** Економічний аналіз діяльності підприємства: Підручник.– К., 2008.– 513 с.

5. **Ластовецький В.** Облік і контроль технологічної та виробничої собівартості / В. Ластовецький // Бухгалтерський облік і аудит.– 2004.– № 5.– С. 17 – 19.

6. **Фролов Е.** MES-системы: оперативный функционально-стоимостной анализ для нужд производственного предприятия / Е. Фролов // Генеральный директор.– 2008.– № 9.– С. 76 – 79.

7. **Абрамова О. В.** Функціонально-вартісний аналіз спецвзуття відповідно до встановлених граничних витрат / О. В. Абрамова // Збірник наукових праць «Формування ринкових відносин в Україні».– К., 2011.– № 7-8.

## ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОСОБЕННОСТИ ОБЩЕЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ – ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

**ДЖЕЛЯЛОВА Н. Б.**

*кандидат экономических наук*

**ДЖЕЛЯЛОВА Л. Б.**

**Симферополь**

**П**роблеме функционирования налоговой системы Украины уделяется значительное внимание, поскольку, с одной стороны, она обеспечивает финансовую базу государства, а, с другой стороны, является основным механизмом реализации государственной экономической политики. Поэтому учет плательщиков налогов и сборов – важнейшая задача государственной налоговой службы.

Анализ экономической и другой финансовой литературы свидетельствует об основательных и глубоких исследованиях механизма налогообложения субъектов хозяйственной деятельности. В. М. Чубай, Д. И. Дема, И. В. Шевчук, Н. Б. Буряк, С. В. Лукаш и другие авторы уделяют внимание сравнительной характеристике упрощенной системы налогообложения, учета и отчетности малыми предприятиями (физических лиц – предпринимателей и юридических лиц – плательщиков единого налога). Однако проблема организации деятельности и анализа общей системы налогообложения для физических лиц – предпринимателей требует более детального изучения.

*Целью статьи* является определение основных особенностей организации деятельности физических лиц – предпринимателей и характеристика элементов общей системы налогообложения.

Целью осуществления любой финансово-хозяйственной деятельности является получение и максимизация прибыли. Но для этого необходимо данную деятельность организовать (*рис. 1*).

Обобщенный анализ этапов организации предпринимательской деятельности физического лица предполагает регистрацию в государственной администрации

по месту проживания и получение Справки о государственной регистрации, для чего необходимо предоставить следующие документы:

- ✦ заполненную регистрационную карточку на проведение государственной регистрации физического лица – предпринимателя;
- ✦ копию документа, который удостоверяет регистрацию в Государственном реестре физических лиц – налогоплательщиков;
- ✦ документ, который подтверждает оплату регистрационного сбора за проведение государственной регистрации физического лица – предпринимателя; нотариально удостоверенное письменное согласие родителей (усыновителей) или попечителя, или органа опеки и заботы, если заявителем является физическое лицо, которое достигло шестнадцати лет и имеет желание заниматься предпринимательской деятельностью.

Причем под местом проживания физического лица понимается: жилой дом, квартира, другое помещение, пригодное для обитания в нем (общежитие, гостиница и тому подобное) в соответствующем населенном пункте, в котором физическое лицо проживает постоянно, преимущественно или временно, которое находится по определенному адресу и осуществляется связь с физическим лицом – предпринимателем. Согласно Закона Украины «О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц – предпринимателей» № 755-IV от 15.03.2003 г. полученные документы государственный регистратор принимает по описи, копия которой затем выдается заявителю с отметкой о дате поступления документов или же высылается заказным письмом по почте (если документы поступили по почте) [1]. Дата поступления документов на проведение государственной регистрации заносится в журнал учета регистрационных действий. Дата внесения в Единый государственный реестр записи о проведении государственной регистрации физического лица – предпри-

нимателя и является датой его государственной регистрации. Срок государственной регистрации не может превышать двух рабочих дней с даты поступления документов для регистрации.

Не позднее следующего рабочего дня с даты регистрации физического лица – предпринимателя государственным регистратором выдается (направляется почтой) выписка из Единого государственного реестра (рис. 2).

После взятия на налоговый учет физическому лицу – предпринимателю выдается справка (ф. № 4-ОПП), копия которой необходима для открытия банковского счета и изготовления печати. Затем выбирается систе-

ма налогообложения, учета и отчетности: общую или упрощенную. Общая система регламентируется ст. 177 «Налогообложение доходов, полученных физическим лицом – предпринимателем от осуществления хозяйственной деятельности, кроме лиц, избравших упрощенную систему налогообложения» Налогового кодекса Украины [2]. Особенности налогообложения предпринимателей представлены в табл. 1.

Последним этапом организации предпринимательской деятельности является ее прекращение – с даты внесения в Единый государственный реестр записи о государственной регистрации прекращения предпринимательской деятельности физической лица – пред-



**Рис. 1. Этапы организации деятельности физического лица – предпринимателя**



**Рис. 2. Порядок проведения государственной регистрации физического лица – предпринимателя**



**Сравнительная характеристика элементов общей системы налогообложения доходов физических лиц –предпринимателей**

Основные характеристики налогообложения	Особенности налогообложения		Комментарии
	до 01.01.2011 г.	после 01.01.2011 г.	
Объект налогообложения	Совокупный чистый доход	Чистый налогооблагаемый доход	Методика определения дохода не изменилась: выручка уменьшается на расходы
Ставка налога	15%	15% – в случае, если сумма налогооблагаемого дохода меньше 10-кратного размера заработной платы, установленного на 1 января отчетного периода; 17% – с суммы превышения налогооблагаемого дохода 10-кратного размера заработной платы, установленного на 1 января отчетного периода	Ставка налога дифференцирована. Ставка налога прямо пропорционально зависит от увеличения объемов выручки предпринимателя
Начисление и уплата налога	Сумма налога рассчитывалась специалистами Государственной налоговой администрации на основании годовой декларации	Сумма налога рассчитывается предпринимателями самостоятельно по данным годовой декларации	В течение года предприниматели оплачивают авансовые платежи
Состав расходов	Расходы определялись по одному из способов: – по нормам, установленным Инструкцией № 12 [3]; – по факту их поднесения на основании подтверждающих документов	Рекомендован только документальный способ	Значительные трудности в учете валовых расходов
Ведение учета	Составлялась Книга учета доходов и расходов, содержащая 7 граф	Составляется Книга учета доходов и расходов, содержащая 12 граф	Новая Книга, несмотря на большее количество граф, легка в заполнении
Отчетность	Налоговая декларация составлялась ежеквартально с нарастающим итогом сумм доходов и расходов	Налоговая декларация составляется один раз в год	Отчетность годовая, что облегчает учетную работу

принимателя. Прекращение деятельности физического лица – предпринимателя проводится в следующих случаях: принятие физическим лицом – предпринимателем решения о прекращении предпринимательской деятельности; смерти физического лица – предпринимателя; постановления судебного решения об объявлении физического лица умершим или признании безвестно пропавшим; постановления судебного решения о признании физического лица – предпринимателя недееспособным или об ограничении его гражданской дееспособности; постановления судебного решения о прекращении предпринимательской деятельности физического лица – предпринимателя.

Своевременность и полнота исполнения налоговых обязательств налогоплательщиками подлежит налоговому контролю. В современных условиях налоговый контроль выступает в роли инструмента долгосрочной налоговой политики. Проведенный анализ элементов общей системы налогообложения позволит субъектам предпринимательской деятельности сравнить установ-

ленные законодательством нормы и будет способствовать поднятию налоговой культуры в Украине. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» № 755-IV від 15.05.2003 р. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
2. Податковий кодекс України (сигнальний документ).– Х.: Одіссей, 2010.– 536 с.
3. Інструкція про оподаткування доходів фізичних осіб від зайняття підприємницькою діяльністю, затверджена Наказом ГДПІУ № 12 від 21.04.1993 р. [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>

# ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МОДЕЛИ АНАЛИЗА В МЕХАНИЗМЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ БАНКА

ГАДЕЦКАЯ С. В.

кандидат физико-математических наук

СИДОРЕНКО О. Н.

ТОЦЕНКО А. Ю.

Харьков

**Б**анковская система является основой экономики страны, поэтому вопрос обеспечения финансовой устойчивости банков Украины является актуальным в современных условиях, особенно в период воздействия на деятельность банков финансового кризиса.

Проблема обеспечения финансовой устойчивости банка широко исследуется многими отечественными и зарубежными учеными, среди которых [1 – 10]. Несмотря на значительный вклад ученых в изучение проблемы, нуждаются в последующих исследованиях вопросы оптимизации механизма обеспечения финансовой устойчивости банка и стабильности банковской системы. Исходя из актуальности проблемы, целью данной статьи является обоснование необходимости оптимизации механизма обеспечения финансовой устойчивости банка, а также использование модели анализа в механизме обеспечения финансовой устойчивости банка на примере ПАО КБ «ПРИВАТБАНК».

Финансовая устойчивость банковского учреждения – это составная характеристика финансовой стабильности, показателями которой, в свою очередь, являются капитальная устойчивость, ликвидность, доходность и риск банковского учреждения. Существующие методики оценки финансовой устойчивости основываются на применении большого количества как абсолютных, так и относительных показателей, что затрудняет получение обобщенной оценки финансовой устойчивости банка. Одним из вариантов получения результата комплексной оценки финансовой устойчивости банков и определения места каждого банка в банковской системе по уровню финансовой устойчивости является рейтинговое оценивание.

Национальный банк Украины осуществляет рейтинговую оценку банковских учреждений по системе SAMELS, в основе которой лежит оценка риска по таким основным компонентам: достаточность капитала, менеджмент, поступления, ликвидность, чувствительность к рыночному риску [11]. На основе рейтинговой системы SAMELS разработана методика, позволяющая оценить устойчивость и эффективность банка, исходя из анализа лишь его экономических показателей деятельности, а также отслеживать настоящее и прогнозировать будущее финансовое состояние банка. Синтетический показатель устойчивости банка рассчитывается

на основе анализа достаточности капитала, качества активов и ликвидности. Рассмотрим использование данной методики для расчета показателей финансовой устойчивости банка на примере ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 гг.

Достаточность капитала измеряется через показатель платежеспособности и в европейской банковской практике рассматривается как основной показатель деятельности, отражающий уровень принимаемого банком риска. Согласно международным стандартам оценки капитала (Базельские соглашения о капитале) минимальный размер капитала, который должен поддерживать банк, связан с величиной принятых им рисков. Общие требования к минимальной величине капитала могут быть выражены следующим уравнением (1):

$$SR = C_R / A_{RA} = (C_C + C_S) / A_{RA}, \quad (1)$$

где  $SR$  – показатель платежеспособности;

$C_R$  – регулятивный капитал;

$A_{RA}$  – активы, взвешенные на риск;

$C_C$  – основной капитал;

$C_S$  – дополнительный капитал.

Результаты расчетов показателя платежеспособности ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 гг. приведены в *табл. 1*.

Таблица 1

Платежеспособность ПАО КБ «ПРИВАТБАНК»

Год	Регулятивный капитал	Активы, взвешенные на риск	Показатель платежеспособности, %
2007	5 224 159	47 028 064	11,11
2008	7 688 393	76 219 400	10,09
2009	8 802 536	76 690 509	11,48

Нормативное значение показателя достаточности капитала составляет 10%. Фактические значения этого показателя в ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» в 2007, 2008 и 2009 гг. были на уровне нормативных, то есть капитал банка достаточно покрывает риски.

Качество активов является вторым важным показателем устойчивости банка, в пределах которого анализируется качество его кредитного и инвестиционного портфелей. Задача оценки качества активов банка заключается в том, чтобы определить проблемные (просроченные, сомнительные, безнадежные) активы, оценить их по реальной стоимости.

Под качеством кредитного портфеля понимают степень кредитного риска, присущий этой позиции. Уровень показателя качества кредита обратно пропорционален уровню кредитного риска (чем выше качество кредита, тем меньше вероятность его невозврата или за-

держки погашения, и наоборот). На основе оценки качества кредитного портфеля банк определяет потребность в резервах на покрытие ожидаемых убытков по всем видам предоставленных кредитов. Следовательно, уровень непокрытого кредитного риска можно вычислить как отношение объема недосформированных резервов к общему объему кредитного портфеля банка (2):

$$R_L = (L_O + L_D - P_L) / L, \quad (2)$$

где  $R_L$  – уровень непокрытого кредитного риска;  
 $L_O$  – просроченные кредиты;  
 $L_D$  – сомнительные кредиты;  
 $P_L$  – резервы,  
 $L$  – кредитный портфель.

Исходя из того, что уровень показателя качества кредита обратно пропорционален уровню кредитного риска, показатель качества кредитного портфеля можно рассчитать по формуле (3):

$$LQ = 1 - R_L, \quad (3)$$

где  $LQ$  – показатель качества кредитного портфеля;  
 $R_L$  – уровень непокрытого кредитного риска.

Результаты расчетов показателя качества кредитного портфеля ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 гг. приведены в *табл. 2*.

$P_{DS}$  – резервы под портфель ценных бумаг для продажи;  
 $RS$  – портфель ценных бумаг до погашения;  
 $P_{RS}$  – резервы под портфель ценных бумаг до погашения;  
 $S$  – портфель ценных бумаг;  
 $I$  – инвестиции в ассоциированные и дочерние компании.

Показатель качества инвестиционного портфеля можно рассчитать по формуле (5):

$$IQ = 1 - R_I, \quad (5)$$

где  $IQ$  – показатель качества инвестиционного портфеля;  
 $R_I$  – уровень непокрытого инвестиционного риска.

Результаты расчетов показателя качества инвестиционного портфеля ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 года приведены в *табл. 3*.

Общий показатель качества активов банка можно рассчитать как интегральный показатель качества кредитного и инвестиционного портфелей банка (6):

$$AQ = 1 - (R_L + R_I), \quad (6)$$

где  $AQ$  – показатель качества активов банка;  
 $R_L$  – уровень непокрытого кредитного риска;  
 $R_I$  – уровень непокрытого инвестиционного риска.

Таблица 2

Качество кредитного портфеля ПАО КБ «ПРИВАТБАНК»

Год	Просроченные кредиты	Сомнительные кредиты	Резервы под кредитные операции	Кредитный портфель	Непокрытый кредитный риск	Показатель качества кредитного портфеля
2007	713 264	99 647	-3 741 096	41 694 303	0,11	0,89
2008	945 278	102563	-8 607 224	65 825 103	0,15	0,85
2009	934376	101214	-13 376 837	61 615 075	0,23	0,77

Оценка качества инвестиционного портфеля банка осуществляется аналогично оценке качества кредитного портфеля. Уровень непокрытого инвестиционного риска можно вычислить как отношение объема недосформированных резервов к общему объему инвестиционного портфеля банка (4):

$$R_I = (r_1 x (DC - P_{DS}) + r_2 x (RS - P_{RS}) + r_3 x I) / (S + I), \quad (4)$$

где  $R_I$  – уровень непокрытого инвестиционного риска;  
 $r$  – коэффициент риска портфеля ценных бумаг;  
 $DS$  – портфель ценных бумаг для продажи;

Результаты расчетов общего показателя качества активов ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 гг. приведены в *табл. 4*.

Таблица 4

Качество активов ПАО КБ «ПРИВАТБАНК»

Год	Показатель качества активов, %
2007	59,71
2008	48,39
2009	37,15

Таблица 3

Качество инвестиционного портфеля ПАО КБ «ПРИВАТБАНК»

Год	Портфель ценных бумаг для продажи	Резервы под портфель ценных бумаг для продажи	Портфель ценных бумаг до погашения	Резервы под портфель ценных бумаг до погашения	Инвестиционный портфель	Непокрытый инвестиционный риск	Показатель качества инвестиционного портфеля
2007	18 658	-3 022	1 205 770	-2	1 777 656	0,29	0,71
2008	173 696	-3 182	258 161	-2	987 507	0,37	0,63
2009	74252	-14 795	371685	-2	1 241 625	0,39	0,61

Данные таблицы свидетельствуют о том, что общий показатель качества активов является достаточно низким, и, кроме того, на протяжении 2007 – 2009 гг. имеет тенденцию к снижению (нормативное значение общего показателя качества активов составляет 100%).

Следующим компонентом устойчивости банка является его ликвидность. Ликвидность банка определяется сбалансированностью между суммами и сроками погашения активов, а также суммами и сроками выпол-

нения обязательств банка. Для отображения сбалансированности объемов и сроков погашения активов и выполнения обязательств банка построим матрицу ликвидности баланса ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007 – 2009 гг. Матрица ликвидности баланса ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2009 год представлена в *табл. 5*.

Результаты расчетов показателей текущей и долгосрочной ликвидности ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 гг. приведены в *табл. 6*.

**Таблица 5**

**Матрица ликвидности баланса ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2009 год**

	Пассивы	Средства банков	Средства клиентов	Долговые ценные бумаги, эмитированные банком	Другие привлеченные средства	Налоговые обязательства	Отсроченные налоговые обязательства	Резервы по обязательствам	Другие финансовые обязательства	Другие обязательства	Субординированный долг	Уставный капитал	Нераспределенная прибыль прошлых лет	Резервные и другие фонды	Прибыль отчетного года
Активы		11379815	49835285	1290849	4123045	9210	72127	114729	7488368	182106	1299878	7810866	92492	1316872	1050489
Денежные средства и их эквиваленты	9251245	9251245	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Торговые ценные бумаги	105429	105429	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Средства в других банках	5185787	2023141	3162646	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Кредиты и задолженность клиентов	61615075	-	46672639	1290849	4123045	9210	72127	114729	7488368	182106	1299878	362124	-	-	-
Ценные бумаги в портфеле банка для продажи	59457	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	59457	-	-	-
Ценные бумаги в портфеле банка до погашения	371683	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	371683	-	-	-
Инвестиции в ассоциированные компании	795688	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	795688	-	-	-
Дебиторская задолженность по налогу на прибыль	188	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	188	-	-	-
Отсроченный налоговый актив	30266	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	30266	-	-	-
Основные средства и нематериальные активы	1312364	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1312364	-	-	-
Другие финансовые активы	7163047	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4879096	92492	1316872	874587
Другие активы	132041	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	132041
Долгосрочные активы для продажи и активы группы выбытия	43861	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	43861

Таблиця 6

## Ликвидність ПАО КБ «ПРИВАТБАНК»

Год	Показатель текущей ликвидности, %	Показатель долгосрочной ликвидности, %
2007	110,20	78,23
2008	111,66	95,87
2009	116,00	109,67

Данные таблицы свидетельствуют о том, что показатель текущей ликвидности на протяжении 2007 – 2009 гг. был выше нормативного значения, показатель долгосрочной ликвидности на протяжении 2007 – 2008 гг. был ниже нормативного значения, а в 2009 г. увеличился до 109,67% (нормативное значение показателей текущей и долгосрочной ликвидности составляет 100%).

Для окончательных выводов о степени финансовой устойчивости банка необходимо полученные показатели свести к обобщающему показателю финансовой устойчивости. При этом возникает необходимость ранжирования показателей или присвоения им весовых коэффициентов (табл. 7).

Таблиця 7

## Ранжирование показателей финансовой устойчивости

Показатели финансовой устойчивости	Кoeffициент	Вес коэффициента, %
Достаточность капитала	$K_1$	40
Качество активов	$K_2$	30
Текущая ликвидность	$K_3$	15
Долгосрочная ликвидность	$K_4$	15

Итоговая формула для определения обобщающего показателя финансовой устойчивости банка приобретает следующий вид (7):

$$FS = 0,4 \times K_1 / H_1 + 0,3 \times K_2 / H_2 + 0,15 \times (K_3 / H_3 + K_4 / H_4), \quad (7)$$

где  $FS$  – показатель финансовой устойчивости банка;  
 $H_1 - H_4$  – нормативные значения для коэффициентов  $K_1 - K_4$ .

Результаты расчетов обобщающего показателя финансовой устойчивости банка ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» за 2007, 2008 и 2009 гг. приведены в табл. 8.

Таблиця 8

## Финансовая устойчивость ПАО КБ «ПРИВАТБАНК»

Год	Показатель финансовой устойчивости, %
2007	72,31
2008	69,38
2009	72,02

Таким образом, степень финансовой устойчивости ПАО КБ «ПРИВАТБАНК» на протяжении 2007 – 2009 гг. был достаточно высоким. Снижение показателя финансовой устойчивости банка в 2008 г. является следствием экономического кризиса в стране (показатель финансовой устойчивости снизился с 72,31% до 69,38%). Но уже в 2009 г. показатель финансовой устойчивости увеличился до 72,02%.

## ВЫВОДЫ

В статье обоснована необходимость оптимизации механизма обеспечения финансовой устойчивости банка, а также использование модели анализа в механизме обеспечения финансовой устойчивости банка на примере ПАО КБ «ПРИВАТБАНК». Использование модели анализа, по мнению авторов, предоставит возможность оценить устойчивость и эффективность банка, исходя из анализа его экономических показателей деятельности, а также отслеживать настоящее и прогнозировать будущее финансовое состояние банка. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. Азаренкова Г. Новий підхід до визначення оцінки стабільності розвитку банку / Г. Азаренкова, О. Головка // Вісник Національного банку України.– 2009.– № 9.– С. 18 – 21.
2. Барановський О. І. Стійкість банківської системи / О. І. Барановський // Фінанси України.– 2007.– № 9.– С. 75 – 81.
3. Бахолдин А. А. Финансовая стабильность, денежно-кредитная политика и банковские риски / А. А. Бахолдин // Финансы и кредит.– 2007.– № 5(245).– С. 59 – 61.
4. Васюренко О. В. Моделі оцінки банківської діяльності для забезпечення стабільності банківської системи: монографія / авт. кол.– К.: УБС НБУ, 2010.– 294 с.
5. Довгань Ж. Фінансова стійкість банківських установ у період економічної кризи / Ж. Довгань // Вісник Національний банк України.– 2009.– № 4.– С. 20 – 26.
6. Єріс Л. М. Побудова моделі визначення фінансової стійкості банківської установи / Л. М. Єріс, О. В. Крухмаль // Збірник наукових праць.– Суми: УАБС НБУ.– 2007.– С. 204 – 212.
7. Ключко Л. А. Забезпечення фінансової стабільності банків в умовах фінансової кризи / Л. А. Ключко // Актуальні проблеми економіки.– 2009.– № 10.– С. 96 – 105.
8. Коваленко В. В. Антикризове управління в забезпеченні фінансової стійкості банківської системи: монографія / В. В. Коваленко, О. В. Крухмаль.– Суми: УАБС НБУ, 2007.– 198 с.
9. Коваленко В. В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика: монографія / В. В. Коваленко.– Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010.– 228 с.
10. Кочетков В. М. Організація управління фінансовою стійкістю банку в ринкових умовах: монографія.– К.: Вид-во Європ. університету, 2003.– 300 с.
11. Положення про порядок визначення рейтингових оцінок за рейтинговою системою CAMELS, затверджене постановою Правління Національного банку України від 8.05.2002 р. № 171 [Електронний ресурс].– Режим доступу: // <http://www.bank.gov.ua>

# ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО СТАН БАНКУ В ПРОЦЕСІ МОДЕЛЮВАННЯ СИСТЕМ БАНКІВСЬКОГО НАГЛЯДУ З ВИКОРИСТАННЯМ МАРКОВСЬКИХ ПРОЦЕСІВ

ДУБНИЦЬКИЙ В. Ю.

кандидат технічних наук

ПАСІЧНИК І. В.

кандидат економічних наук

СТОЙКОВА М. Г.

Харків

У сфері банківського нагляду актуальними стають питання розробки практичних рекомендацій щодо прийняття обґрунтованих економічних рішень. Виникає необхідність переходу від вербального опису систем банківського нагляду до побудови відповідних математичних моделей і їх практична реалізація для прийняття рішень. Тому дуже важливим при моделюванні систем банківського нагляду є використання концепції стану.

При моделюванні звичайно спочатку передбачається, що стани системи банківського нагляду вже відомі, їх характеристики обрані, і мова йде про побудову математичних співвідношень, що описують модель, та про їх аналіз. Але на практиці найбільші труднощі виникають при виборі станів системи банківського нагляду та їх характеристик. Тому важливим є методологічний підхід до вибору стану та його динаміки по вербальному опису системи з подальшою побудовою формальних співвідношень моделі.

Даному питанню приділяється значна увага серед учених. Зокрема, є предметом дослідження у роботах О. В. Меренкової, О. І. Барановського, О. Д. Вовчак, І. І. Дяконової та інших.

*Мета статті* – підвищити дієвість наглядових заходів для забезпечення фінансової стабільності окремого банку та банківської системи в цілому шляхом розробки підходу до проведення банківського нагляду на основі побудови графів переходів станів даної економічної системи та їх математичної формалізації.

Припустимо, що система складається з великої кількості взаємозв'язаних між собою підпроцесів, для яких написання системи рівнянь математичної моделі є дуже складною задачею. Система банківського нагляду може бути розкладена на деяку множину підсистем, тісно пов'язаних як по горизонталі, так і по вертикалі. Якщо отримані підсистеми другого рівня ієрархії є складними для математичного опису, то кожна підсистема розбивається на підсистеми. Математичну модель всієї системи в цілому можна побудувати, зібравши усі математичні моделі підсистем системи банківського нагляду з урахуванням суттєвих зв'язків як по горизонталі

на кожному рівні ієрархії, так і по вертикалі між різними рівнями.

Розглянемо перехід системи банківського нагляду у різні стани, а саме: різні заходи впливу на банківську установу протягом її діяльності в залежності від дотримання ними норм та вимог банківського законодавства.

Таким чином, якщо за систему  $S$  прийняти систему банківського нагляду, то вона в кожний момент часу для конкретної банківської установи може знаходитись тільки в одному зі станів.

При створенні графу станів системи, який показано на *рис. 2*, за основу прийнято граф, наведений у роботі [2] та зображений на *рис. 1*.

Опишемо граф переходів моделі системи банківського нагляду.  $S_0$  – початок;  $S_1$  – відповідність діяльності комерційного банку нормам і вимогам банківського законодавства та нормативам НБУ;  $S_2$  – необхідність впливу на діяльність комерційного банку;  $S_3$  – режим фінансового оздоровлення;  $S_4$  – не примусові заходи впливу;  $S_5$  – примусові заходи впливу;  $S_6$  – надання стабілізаційної позики;  $S_7$  – продовження режиму фінансового оздоровлення;  $S_8$  – лист із зобов'язанням;  $S_9$  – письмове попередження;  $S_{10}$  – підвищення норми обов'язкових резервів;  $S_{11}$  – відкликання ліцензії на здійснення окремих або всіх банківських операцій;  $S_{12}$  – усунення керівництва комерційного банку від управління;  $S_{13}$  – призначення тимчасової адміністрації для управління комерційним банком;  $S_{14}$  – стягнення за рішенням суду штрафу в розмірі неправомірно одержаного прибутку;  $S_{15}$  – ліквідація комерційного банку та виключення його з Республіканської книги реєстрації банків, валютних бірж та інших фінансово-кредитних установ.

Для більш зручного опису спростимо даний граф шляхом відмови від конкретизації заходів примусового та непримусового характеру. Отже, отримуємо такий граф (*рис. 2*).

На наступному етапі визначимо ймовірності станів системи банківського нагляду. Для спрощення розглянемо процес зміни стану нагляду як дискретний.

З певною мірою погрішності можна передбачити, що ймовірність перебування системи банківського нагляду в одному зі своїх станів в майбутньому залежить в істотному лише від стану сьогоднішнього і не залежить від стану у минулому. А тому досліджуваний випадковий процес можна вважати марковським [1, с. 28 – 32]. Приймемо, що цей процес буде однорідним, тому залежність переходних ймовірностей від часу можна знехтувати.

Шляхом опитування експертів були виявлені такі перехідні вірогідності, які представлені у *табл. 1*. Сума ймовірностей у кожному рядку дорівнює 1.

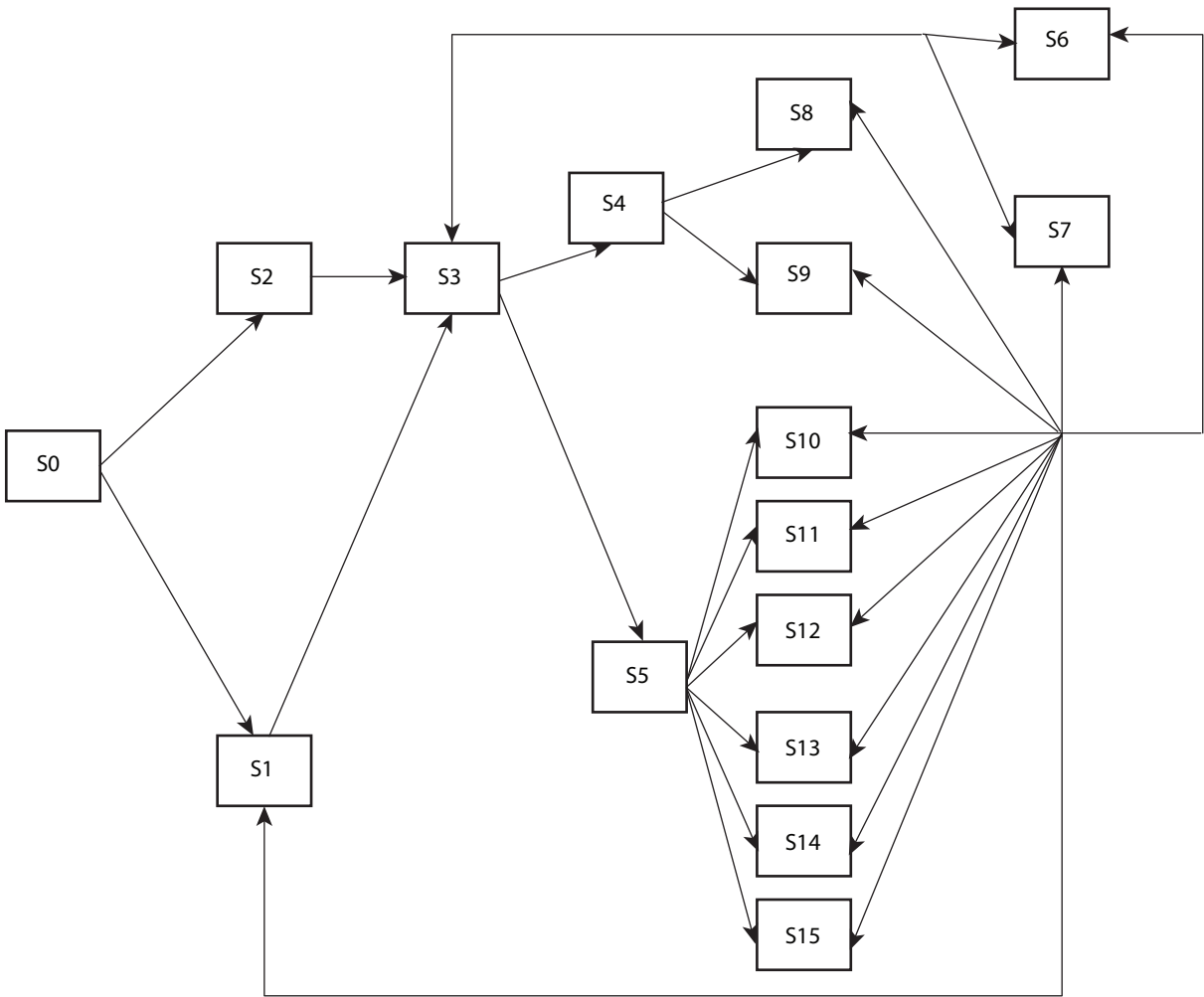


Рис. 1. Первісний граф переходів моделі системи банківського нагляду

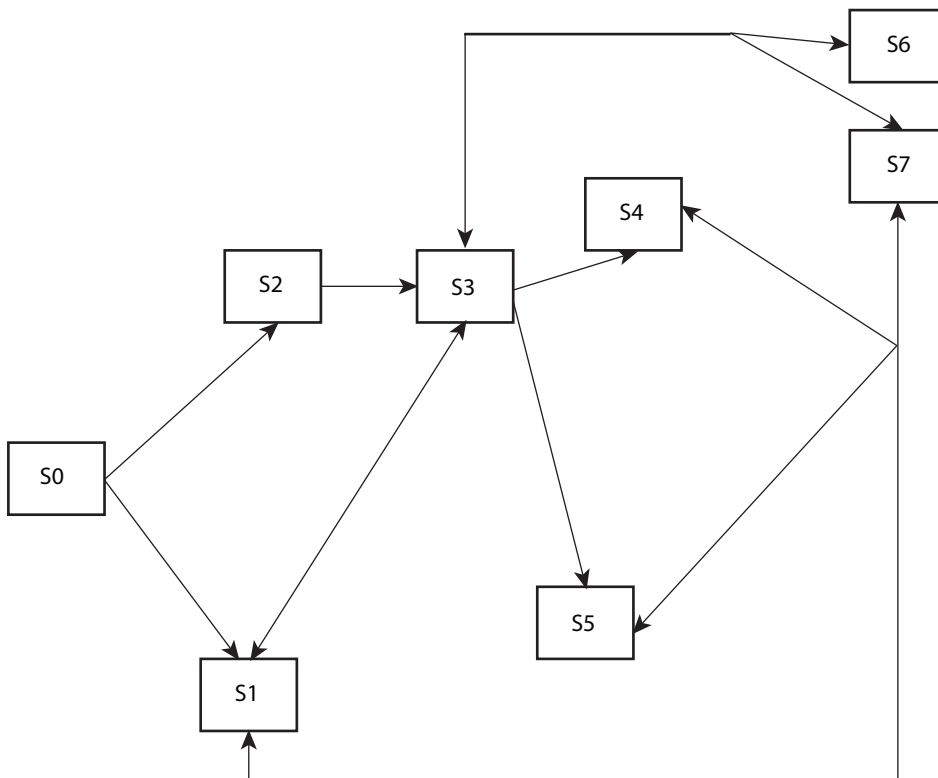


Рис. 2. Спрощений граф переходів моделі системи банківського нагляду

Таблиця 1

Перехідні вірогідності станів системи банківського нагляду

	S0	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
S0	0	0,5	0,5	0	0	0	0	0
S1	0	0	0	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1
S2	0	0	0	1	0	0	0	0
S3	0	0,3	0	0	0,2	0,2	0,1	0,2
S4	0	1	0	0	0	0	0	0
S5	0	1	0	0	0	0	0	0
S6	0	0,5	0	0,5	0	0	0	0
S7	0	0,5	0	0,5	0	0	0	0

На основі табл. 1 утворимо вихідну матрицю перехідних ймовірностей на початок даного року.

$$A = \begin{pmatrix} 0 & 0,5 & 0,5 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0 & 0 & 0,3 & 0,2 & 0,2 & 0,2 & 0,1 \\ 0 & 0 & 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0,3 & 0 & 0 & 0,2 & 0,2 & 0,1 & 0,2 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0,5 & 0 & 0,5 & 0 & 0 & 0 & 0 \\ 0 & 0,5 & 0 & 0,5 & 0 & 0 & 0 & 0 \end{pmatrix} \quad (1)$$

Прийемо таку модель. Матриця (1) відповідає стану системи банківського нагляду на початок року. Стану системи на початок кожного кварталу буде відповідати нова матриця перехідних ймовірностей. Таким чином, матриця перехідних ймовірностей, яка відповідає стану системи банківського нагляду на кінець четвертого кварталу, буде співпадати з матрицею перехідних ймовірностей на початок нового року, тобто розглянемо зміни стану системи протягом п'яти кроків.

Згідно з теорією марковських процесів ймовірність перебування банку у певному стані можна визначити за формулою:

$$P_n = Z \cdot A^n. \quad (2)$$

У цьому виразі прийнято, що  $n = 1, 2, \dots, 5$ . У зв'язку з тим, що у початковий момент система банківського нагляду знаходилась у стані S0, то початковий розподіл ймовірностей має такий вигляд:

$$Z = (1, 0, 0, 0, 0; 0, 0, 0). \quad (3)$$

Тоді матриця перехідних ймовірностей наприкінці першого кварталу буде мати такий вигляд:

$$A^2 = \begin{pmatrix} 0 & 0 & 0 & 0,65 & 0,1 & 0,1 & 0,1 & 0,05 \\ 0 & 0,64 & 0 & 0,15 & 0,06 & 0,06 & 0,03 & 0,06 \\ 0 & 0,3 & 0 & 0 & 0,2 & 0,2 & 0,1 & 0,2 \\ 0 & 0,55 & 0 & 0,24 & 0,06 & 0,06 & 0,06 & 0,03 \\ 0 & 0 & 0 & 0,3 & 0,2 & 0,2 & 0,2 & 0,1 \\ 0 & 0 & 0 & 0,3 & 0,2 & 0,2 & 0,2 & 0,1 \\ 0 & 0,15 & 0 & 0,15 & 0,2 & 0,2 & 0,15 & 0,15 \\ 0 & 0,15 & 0 & 0,15 & 0,2 & 0,2 & 0,15 & 0,15 \end{pmatrix} \quad (4)$$

Відповідно наприкінці другого кварталу:

$$A^3 = \begin{pmatrix} 0 & 0,47 & 0 & 0,75 & 0,13 & 0,13 & 0,065 & 0,13 \\ 0 & 0,21 & 0 & 0,237 & 0,158 & 0,158 & 0,143 & 0,094 \\ 0 & 0,55 & 0 & 0,24 & 0,06 & 0,06 & 0,06 & 0,03 \\ 0 & 0,237 & 0 & 0,21 & 0,158 & 0,158 & 0,134 & 0,103 \\ 0 & 0,64 & 0 & 0,15 & 0,06 & 0,06 & 0,03 & 0,06 \\ 0 & 0,64 & 0 & 0,15 & 0,06 & 0,06 & 0,03 & 0,06 \\ 0 & 0,595 & 0 & 0,195 & 0,06 & 0,06 & 0,045 & 0,045 \\ 0 & 0,595 & 0 & 0,195 & 0,06 & 0,06 & 0,045 & 0,045 \end{pmatrix} \quad (5)$$

Наприкінці третього кварталу:

$$A^4 = \begin{pmatrix} 0 & 0,38 & 0 & 0,2385 & 0,109 & 0,109 & 0,1015 & 0,062 \\ 0 & 0,5056 & 0 & 0,1815 & 0,0894 & 0,0894 & 0,0657 & 0,0684 \\ 0 & 0,237 & 0 & 0,21 & 0,158 & 0,158 & 0,134 & 0,103 \\ 0 & 0,4975 & 0 & 0,1896 & 0,0894 & 0,0894 & 0,0684 & 0,0657 \\ 0 & 0,21 & 0 & 0,237 & 0,158 & 0,158 & 0,143 & 0,094 \\ 0 & 0,21 & 0 & 0,237 & 0,158 & 0,158 & 0,143 & 0,094 \\ 0 & 0,2235 & 0 & 0,2235 & 0,158 & 0,158 & 0,1385 & 0,0985 \\ 0 & 0,2235 & 0 & 0,2235 & 0,158 & 0,158 & 0,1385 & 0,0985 \end{pmatrix} \quad (6)$$

Наприкінці четвертого кварталу або на початку нового року:

$$A^5 = \begin{pmatrix} 0 & 0,3713 & 0 & 0,19575 & 0,1237 & 0,1237 & 0,09985 & 0,0857 \\ 0 & 0,3003 & 0 & 0,21873 & 0,13742 & 0,13742 & 0,11927 & 0,08686 \\ 0 & 0,4975 & 0 & 0,1896 & 0,0894 & 0,0894 & 0,0684 & 0,0657 \\ 0 & 0,30273 & 0 & 0,2163 & 0,13742 & 0,13742 & 0,11846 & 0,08767 \\ 0 & 0,5056 & 0 & 0,1815 & 0,0894 & 0,0894 & 0,0657 & 0,0684 \\ 0 & 0,5056 & 0 & 0,1815 & 0,0894 & 0,0894 & 0,0657 & 0,0684 \\ 0 & 0,50155 & 0 & 0,18555 & 0,0894 & 0,0894 & 0,06705 & 0,06705 \\ 0 & 0,50155 & 0 & 0,18555 & 0,0894 & 0,0894 & 0,06705 & 0,06705 \end{pmatrix} \quad (7)$$

Отже, отримаємо такі ймовірності станів банку:

$P_1 = 0; 0; 0; 0,65; 0,1; 0,1; 0,1; 0,05$  – через квартал;

$P_2 = 0; 0,47; 0; 0,075; 0,13; 0,13; 0,065; 0,13$  – через 2 квартали;

$P_3 = 0; 0,38; 0; 0,2385; 0,109; 0,109; 0,1015; 0,062$  – через 3 квартали;

$P_4 = 0; 0,3713; 0; 0,19575; 0,1237; 0,1237; 0,09985; 0,0857$  – через рік.

Таким чином, отримані результати надають можливість контролювати ефективність заходів щодо коригування системи нагляду за діяльністю банківської установи.

### ВИСНОВКИ

Таким чином, якщо відомі характеристики станів підсистем, а також зміни цих характеристик, які описуються математичними рівняннями моделі, то можливо описати зміну стану системи та побудувати математичну модель її функціонування.

Підбиваючи підсумки, необхідно зазначити, що розроблений підхід до проведення банківського нагляду на основі побудови графів переходів станів банку даної економічної системи та їх математичної формалізації надає можливість:

- ★ чітко ідентифікувати послідовність складових етапів здійснення банківського нагляду;



- ✦ визначити рівень поточного стану банку, якому відповідає певний блок станів переходу системи банківського нагляду;
- ✦ виявити напрямки, які потребують коригувань з боку з боку менеджменту банку;
- ✦ перевірити дієвість вжитих НБУ заходів щодо фінансового оздоровлення банківської установи. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Лабскер Л. Г. Вероятностное моделирование в финансово-экономической области / Л. Г. Лабскер. – М.: Альпина Паблишер, 2002. – 224 с.

2. **Меренкова О. В.** Використання концепції стану в моделюванні систем банківського нагляду / Меренкова О. В. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/NPM\\_2006/Economics/8\\_merenkova%20o.v.doc.htm](http://www.rusnauka.com/NPM_2006/Economics/8_merenkova%20o.v.doc.htm)

## ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ В УКРАЇНІ

**КОСАРЕВА І. П.**

*кандидат економічних наук*

**БОНДАРЕНКО Н. В.**

*кандидат економічних наук*

**САРМАТИЦЬКА Н. В.**

**Харків**

**Р**озвиток ринкових відносин сприяє певним змінам у системі грошових розрахунків між підприємствами. Грошові розрахунки можуть набирати як готівкової, так і безготівкової форми, останнім, як правило, віддають перевагу. Це пояснюється тим, що за використання безготівкових розрахунків досягають значної економії витрат на їх здійснення. Широкому застосуванню безготівкових розрахунків сприяють банківські установи, у безготівковій формі розрахунків також зацікавлена й держава – використання безготівкових розрахунків зменшує потребу в обороті грошових знаків держави. Крім того, при безготівкових розрахунках грошова маса акумулюється в банках, і створюються умови для контролю за їх цільовим використанням.

У виробничій діяльності підприємства існують вхідні і вихідні грошові потоки. При рівності цих потоків підприємство знаходиться в стані фінансової рівноваги, проте, на практиці, у кожний момент часу зустрічні потоки ніколи не рівні [1, с. 24].

Отже, навіть при чіткому дотриманні платіжного календаря утворюється дебіторська та кредиторська заборгованості, розміри якої особливо значні у відносинах із засновниками, інвесторами, позикодавцями та позичальниками. Дефіцит грошових коштів спричиняє затримку оплати праці найманих працівників, зниження ліквідності активів, збільшення тривалості виробничого циклу через порушення у постачанні матеріальних ресурсів.

Схему фінансової рівноваги можна представити у вигляді, зображеному на *рис. 1*.

Для здійснення будь-якої господарської операції підприємство виконує розрахунки з іншими суб'єктами діяльності, як в готівковій та і безготівковій формах. У розвинутих країнах готівка становить незначну частину грошової маси: 5 – 7%. У нашій країні, за даними

НБУ, станом на 31 жовтня 2011 року готівковий оборот займає близько 27% усього грошового обороту (*рис. 2*).

Сучасний стан розвитку економіки України потребує постійної уваги до банківської системи, яка є однією з головних її структур та основним чинником економічного зростання. Адже через банківську систему здійснюється процес акумуляції фінансових ресурсів суспільства і забезпечується їх найефективніше використання. Станом на 01.01.2011 року 176 банківських установ обслуговують понад 127,6 млн клієнтів – юридичних і фізичних осіб (резидентів та нерезидентів), які відкрили поточні та вкладні (депозитні) рахунки, з них: 125,6 млн – фізичні особи; 2 млн – суб'єкти господарювання, у тому числі 17,6 тис. – небанківські фінансові установи; 6 тис. – бюджетні установи [5].

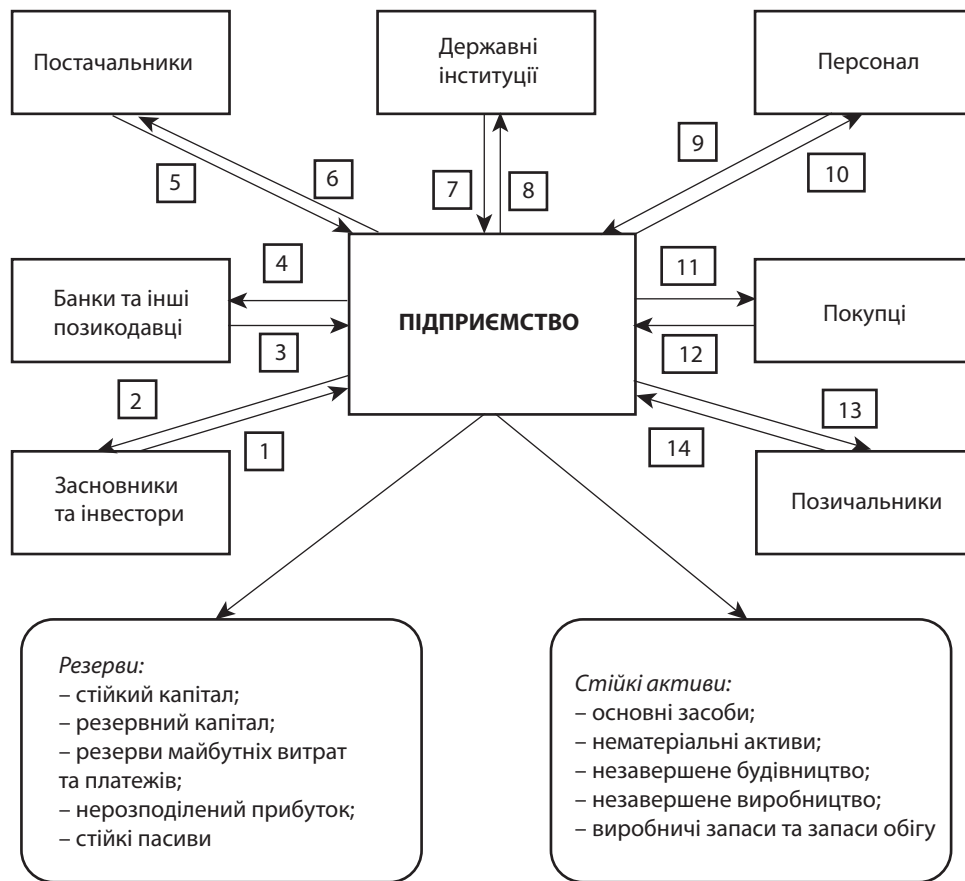
Останніми роками зростає тенденція щодо збільшення кількості клієнтів банків, які відкрили поточні та вкладні (депозитні) рахунки. За 2010 р. кількість клієнтів, яка обслуговується в банках, збільшилась майже на 0,4 млн (*рис. 3*).

Із загальної кількості 65,4% складають поточні рахунки клієнтів, депозитні рахунки – 34,6%. Упродовж 2010 р. кількість клієнтів, які обслуговуються в банках, зростала переважно за рахунок клієнтів – фізичних осіб. Основну частину клієнтської бази формує населення – частка рахунків фізичних осіб складає 97,8%.

**З**а рейтинговою оцінкою банків в Україні перше місце за питомою вагою депозитних вкладів від загальної їх суми посідає Приватбанк – 25,19%. Сума депозитів в Приватбанку складає 68054,86 млн грн. Друге місце в рейтингу займає Ощадбанк, який має 8,88%, або 24 млрд грн від всіх депозитів. Аутсайдерами в цьому рейтингу є банки, питома вага яких менша за 0,01%. Сума депозитів в цих банках складає мінімальне значення.

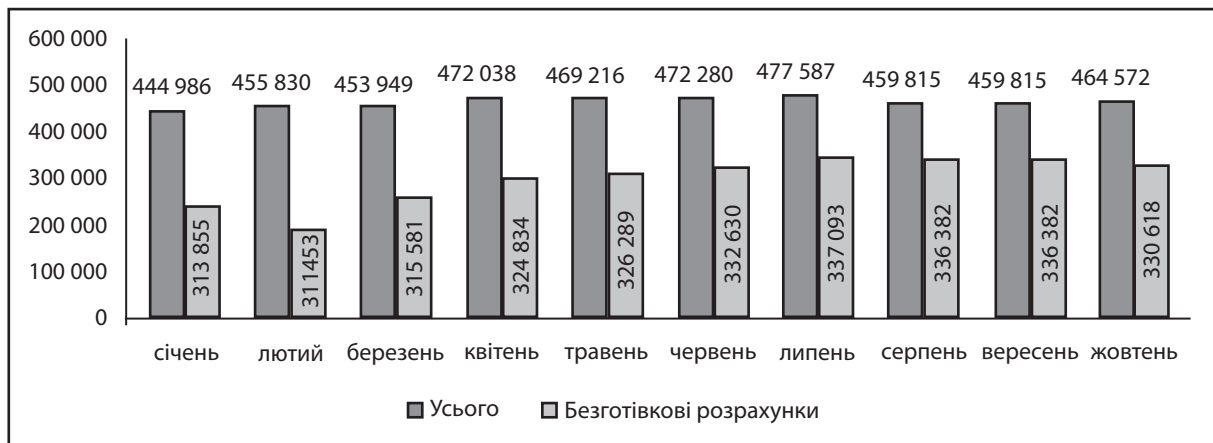
Офіційний рейтинг банків України представлений в *табл. 1*.

З наведених даних (*табл. 1*) в Україні налічується 176 банків, або можна сказати, що кількість банків на кожний 1 млн населення, враховуючи все населення, складає 4 банки. Тоді як у Франції, де проживає понад 65,4 млн людей, а банків налічується 70 (*табл. 2*). Тобто на обслуговуванні 1 млн населення нараховується близько 1 банку.



**Рис. 1. Схема грошових потоків підприємства**

- 1 – внески засновників, цільове фінансування і надходження від інших інвесторів;
- 2 – дивіденди засновників, доходи інших інвесторів;
- 3 – кредити й інші позики;
- 4 – погашення кредитів, позик і відсотків по них;
- 5 – купівля товарів, робіт, послуг;
- 6 – виробничі, комерційні й інші витрати;
- 7 – бюджетні субвенції, страхові виплати й інші платежі;
- 8 – обов'язкові платежі в бюджет, позабюджетні фонди по соціальному страхуванню і забезпеченню і т. д.;
- 9 – виробнича діяльність персоналу;
- 10 – оплата праці;
- 11 – готова продукція і товари для перепродажу, реалізовані основні й оборотні фонди;
- 12 – виторг від реалізації продукції, робіт, послуг, результати від іншої реалізації;
- 13 – повернення довгострокових і короткострокових фінансових вкладень і нарахованих доходів по них;
- 14 – довгострокові і короткострокові фінансові вкладення.



**Рис. 2. Частка безготівкових розрахунків у платіжному обороті держави за січень – жовтень 2011 р. в Україні [4]**

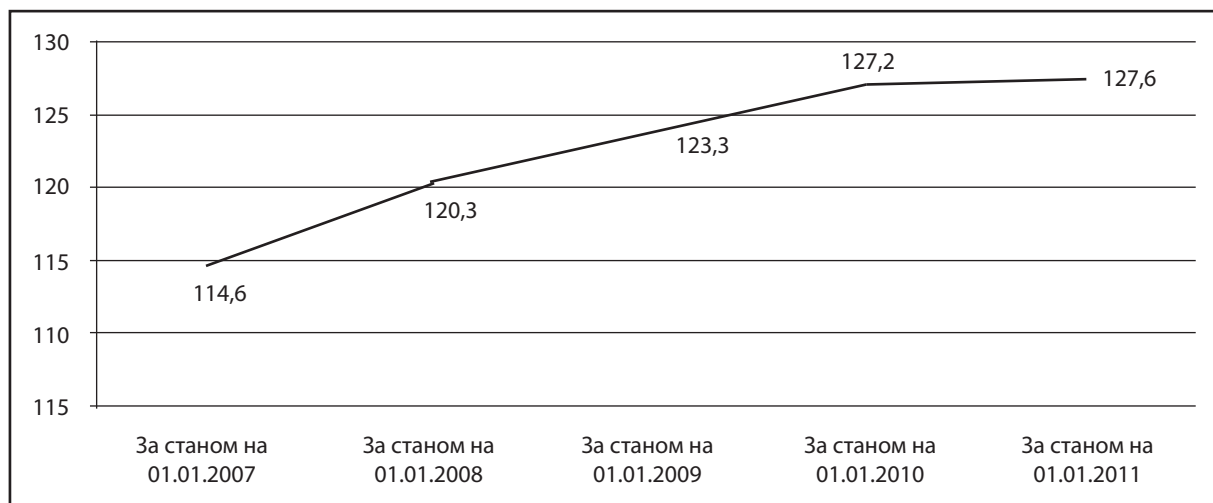


Рис. 3. Кількість клієнтів-суб'єктів господарювання та фізичних осіб, які відкрили у банках поточні та депозитні рахунки

Таблиця 1

Офіційний рейтинг банків України [3]

№ п/п у рейтингу	Найменування банку	Сума депозитів (млн грн)	Питома вага (%)	Частка в зобов'язаннях (%)
1	Приватбанк	68 054,86	25,19	54,41
2	Ощадбанк	24 003,76	8,88	41,52
3	Укрексімбанк	13 084,06	4,84	23,61
4	Укрсоцбанк	10 119,59	3,75	30,61
5	Промінвестбанк	9 563,91	3,54	31,14
6	Перший Український Міжнародний Банк (ПУМБ)	8 265,20	3,06	31,52
7	Дельта Банк	7 297,36	2,7	41,91
8	Брокбізнесбанк	7 075,81	2,62	41,61
9	Фінанси і Кредит	6 971,69	2,58	35,14
10	Альфа-Банк	5 634,81	2,09	24,5
11	Форум	5 588,30	2,07	52,62
12	Кредитпромбанк	5 217,13	1,93	42,98
13	Південний	4 266,91	1,58	47,44
14	Укргазбанк	4 191,08	1,55	31,74
15	Ви Ей Би Банк (VAB Bank)	4 144,17	1,53	50,72
16	ОЩАДБАНК РОСІЇ	3 912,17	1,45	28,22
17	Надра	3 139,34	1,16	12,25
18	Кредит Днепр	3 123,99	1,16	47,44
19	Хрещатик	2 895,14	1,07	42,98
126	Траст	16,82	0,01	8,67
127	КласикБанк	16,82	0,01	8,67
12	Велес	10,06	0,00	14,00
129	Унікомбанк	8,47	0,00	11,79
130	Радабанк	8,11	0,00	44,76

**Таблиця 2**

**Кількість банків на 1 млн осіб у різних країнах**

Країна	Кількість банків	Населення, млн осіб	Кількість банків на 1 млн осіб
Україна	176	45,8	4
Німеччина	230	81,8	3
Іспанія	118	46,1	3
Франція	70	65,4	1

На сьогоднішній день, наприклад, у США проводиться політика скорочення кількості банківських установ. За 2010 рік у США завдяки фінансовим регулятором було закрито 123 банки, а за весь 2009 рік – 140 банків. Банкрутство цих банків у 2010 році коштувало Федеральній корпорації зі страхування вкладів близько 21 млрд дол. США.

За сучасних економічних умов Україна також може втратити частину банків. Тому цю проблему можна вирішити, наприклад, злиттям певної кількості банків, де сума депозитів складає менше 2% ринку. Кількість таких банків в Україні достатньо велика.

При цьому кількість банків в Україні, де проживає 46 мільйонів чоловік, майже в 4 рази перевищує їх кількість у 36-мільйонній Польщі. Окрім того, у Польщі 90% банківського капіталу контролюють міжнародні фінансові інституції, в той час як в Україні цей показник становить близько 50%. Також можна зауважити, що з розрахунку на 100 тисяч населення в Україні банків більше, ніж в США в 6 разів. Завдяки наведеним даним та певним розрахункам можна припустити, що в Україні може бути достатньо 20 – 50 банків, що складе 11 – 30% від загальної кількості банків на сьогодні. Виходячи з цього можна зробити висновок, що необхідно зменшувати кількість банків на території України. Але треба зазначити, що ліквідація цих установ призведе до великих витрат Фонду гарантування вкладів, що негативно позначиться на платіжній системі країни.

Тому процес злиття повинен бути розтягнутий в часі, до нього необхідно залучати самі банки, потрібне відповідне законодавство.

**О**сновний мотив злиття банківських установ – конкурентне середовище, зокрема, зміни, які необхідно внести у технології та в процес функціонування банків. Конкуренція вимагає активного пошуку нових інвестиційних можливостей, ефективного використання всіх ресурсів, визначення стратегії протидії конкурентам. Проте, об'єднуватися можуть не тільки комерційні банки один з одним, а й комерційні банки зі страховими компаніями, недержавними пенсійними фондами, які акумулюють велику кількість грошових коштів населення. Тому вивчення питань, які можуть виникнути при злитті банків із пенсійними фондами і страховими компаніями є актуальним для визначення необхідності регулювання сфери діяльності, впровадження адекватного нагляду та регулювання, а також сприяння подальшому розвитку фінансового сектора України.

Злиття банків може мати як зовнішні так і внутрішні інвестиційні переваги. У наукових дослідженнях виділяють такі цілі, які намагаються досягти банки, що приймають рішення про злиття:

- ✦ посилення власної конкурентної позиції на ринку та усунення конкурентів;
- ✦ підвищення перешкоди для входження на ринок або сегмент ринку для інших потенційних учасників;
- ✦ підвищення ефективності розміщення вільних коштів;
- ✦ використання існуючих управлінських систем;
- ✦ диверсифікація ризиків;
- ✦ зниження інформаційних і маркетингових витрат.

При цьому об'єднання досягають так званого ефекту «синергії» – додаткової вигоди від злиття їх ресурсів. Також слід зауважити, що поряд з ефектом «синергії» можуть виникнути і додаткові витрати, пов'язані із необхідністю уніфікації банків, поєднання внутрішніх технологій. Таким чином, при вирішенні питання щодо злиття банків необхідно оцінити фактори, які впливають на зменшення або збільшення витрат (табл. 3).

**Таблиця 3**

**Позитивні та негативні фактори злиття банків**

Позитивні фактори	Негативні фактори
1. Збільшення прибутку	1. Витрати на придбання
2. Економія на податках	2. Зміна керівництва
3. Економія на спільних витратах	3. Витрати на уніфікацію технологій
4. Посилення позиції на ринку	
5. Поліпшення маркетингу	
6. Оптимізація управлінської структури	

Окрім того, слід відмітити певні переваги, які є специфічними для злиття банків, страхових компаній та пенсійних фондів, а саме [2, с. 215]:

1. Подібність технологій управління активами та методів оцінки ризиків.
2. Можливість об'єднання персоналу і технічних засобів, які використовуються для управління та оцінки ризиків.
3. Зменшення трансакційних витрат по всьому циклу руху коштів від їх залучення до розміщення.
4. Диверсифікація фінансових ризиків.
5. Для банків перевагою є залучення стабільних довгострокових ресурсів.
6. Для пенсійних фондів перевагою є можливість покращення якості та ефективності управління ресурсами і притаманними їм ризиками.

У цьому контексті створення фінансових об'єднань банків є своєрідною формою поліпшення управління ліквідністю, оскільки об'єднана фінансова структура отримує змогу диверсифікувати як залучені кошти, так і розміщені ресурси за строками, галузями, більш ефективно управляти коштами, що залучаються і розміщуються.

Окрім того, різним сферам фінансових послуг притаманні неоднакові ризики, а діяльність в декількох секторах фінансового ринку одночасно, зменшує сумарний ризик для такої структури. Об'єднана фінансова установа з урахуванням спільних інтересів є найбільш прийнятною в Україні, оскільки за допомогою цього методу зменшиться кількість банків із малим власним капіталом.

Одним з найбільших злиттів в Україні за останні 5 років є «Райффайзен банк Аваль». Акціонерний поштово-пенсійний банк «Аваль» змінив юридичну назву на Відкрите акціонерне товариство «Райффайзен Банк Аваль» (скорочена назва – Райффайзен Банк Аваль).

Фінансові звіти «Райффайзен банк Аваль» на початок 2007 та 2011 років, для порівняння до і після злиття банків їх діяльності (табл. 4).

Таблиця 4

**Характеристика банку «Райффайзен банк Аваль» [6]**

Показники	Станом на 1 січня 2007 р.	Станом на 1 січня 2011 р.
Клієнтська база (тис. осіб), у тому числі:		
юридичних осіб	4 992	5 440
фізичних осіб	259	211,5
Статутний капітал банку (тис. грн)	4 732	5228, 8
Чисті активи (тис. грн)	2 279 935	6 036 081
	44 526 539	55 101 543

Надходження національної готівкової валюти за 2006 рік склали 90 518 788 тис. грн, видатки 76 205 535 тис. грн. А вже за 2010 рік надходження дорівнювали 111 677 268 тис. грн, видатки 86 830 526 тис. грн.

Залишок готівкових коштів в касах банку на 1 січня 2007 року склав 1 066 786 тис. грн. у гривневому еквіваленті, а на 1 січня 2011 року вже був – 2 500 086 тис. грн у гривневому еквіваленті.

Виходячи з наведених даних, можна зробити висновок, що «Райффайзен банк Аваль» покращив своє фінансове становище завдяки об'єднанню. Клієнтська база зросла на 8,9%, насамперед завдяки збільшенню клієнтів з боку населення. Отже, можна сказати, що навіть в умовах кризи, банк за 5 років не зазнав великих втрат в клієнтській базі. Статутний капітал зріс майже у 2,5 разів. У цілому діяльність банку має позитивні тенденції.

**А** обровільне злиття та поглинання сильними банками слабших конкурентів є необхідною передумовою зміцнення банківської системи України. Найоптимальнішим варіантом для українських банків є злиття банків із різних регіонів із урахуванням спільних інтересів, що дозволить із найменшим опором підвищити рівень концентрації банківського капіталу. ■

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Крушельницькій О. Н. Грошові потоки як об'єкт управління на підприємстві // Персонал.– 2007.– спецвипуск.– С. 23 – 25.
2. Куриленко Т. П. Фінансовий ринок: навчальний посібник для дистанц. навчання / Т. П. Куриленко.– К.: Університет «Україна», 2007.– 324 с.
3. Офіційний рейтинг банків України [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://banker.ua/officialrating/physicalperson/suma/09/2011/4/>
4. Статистичний бюлетень НБУ.– [Електронний ресурс].– Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/files/stat.pdf>
5. Функціонування рахунків клієнтів банків [Електронний ресурс].– Режим доступу: [http://www1.bank.gov.ua/PL\\_syst/index.htm](http://www1.bank.gov.ua/PL_syst/index.htm)
6. <http://www.aval.ua/press/news/?id=39929> (Банк «Аваль» змінив назву на Райффайзен Банк Аваль – електронний ресурс: режим доступу)

УДК 336.71

## МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

**ПАНАСЕНКО А. А.**

*кандидат экономических наук*

**Макеевка**

**Б**анки относятся к числу наиболее быстро и эффективно развивающихся новых рыночных структур в экономике Украины переходного периода. Они стали весьма весомым фактором деловой и политической жизни общества, с их деятельностью увязывается решение широкого спектра проблем развития экономики. Однако в прикладных моделях целостных экономических систем банковский сектор чаще всего не выделяется обособленно, а его функции распределяются между другими агентами. Это обуславливает необходи-

мость в разработке более совершенных методов моделирования финансовой деятельности банков с учетом требований завтрашнего дня и расширением процессов глобализации и интеграции финансовых рынков. Особое внимание, которое сегодня привлекается к моделированию банковской деятельности, связано с тем, что модели банка являются основным элементом системы поддержки принятия решений в процессе оптимизации финансовой стратегии кредитной организации. Финансовое моделирование и прогнозирование дает возможность эффективного анализа сложных и неопределенных ситуаций, связанных с принятием стратегических решений, представляет собой инструмент банковских менеджеров, который позволяет рассмотреть большое число вариантов в предположении «что будет, если?» и прожить их без потери вложенных средств [1].

Однако, несмотря на тот факт, что процедура моделирования является достаточно востребованной и необходимой в финансовой сфере, данной проблематике посвящено значительное количество работ отечественных и зарубежных ученых, краеугольным камнем до сих пор остается положение о том, что данный процесс не завершается реализацией некоей универсальной архисложной модели, охватывающей все аспекты деятельности финансового учреждения. Скорее наоборот, протекает многоэтапный катагенез, обусловленный разветвленностью и иерархичностью организационной структуры банка. Что подтверждает актуальность, теоретическую и практическую значимость проводимого исследования.

Проблемой моделирования финансовой деятельности банка занимаются такие отечественные и зарубежные ученые, как: А. Бандурин, Д. Лаптырев, Н. Лычкина, Р. Брейли, Дж. Форрестер, П. Конюховский, И. Амелина, В. Царькова, Н. Егоров, Н. Смулов, В. М. Глушков, А. И. Кухтенко, Т. Е. Цейтлин, Р. Акофф, Р. Аллен, М. Месарович, Р. Калман, П. Фалб и др. Однако отдельные вопросы все еще требуют четкого формального определения, в дальнейшей проработке нуждаются проблемы информационного обеспечения процесса моделирования, эволюционного развития ожидают этапы моделирования и последовательность проектирования АИС.

Таким образом, целью проводимого исследования является изучение основных подходов к моделированию финансовой деятельности банка, дальнейшая формализация основных этапов разработки модели и описание системы информационного обеспечения процесса моделирования.

**М**оделирование финансовой деятельности банка является непростой задачей, поскольку банк представляет собой систему, в которой одновременно протекают детерминированные и случайные процессы, имеющие достаточно сложные связи между собой. Существенную роль в процессе моделирования играют и субъективные управленческие решения, кроме того, в процессе функционирования банк взаимодействует с не поддающимися моделированию финансовыми рынками [2]. Все это указывает на предельную сложность разработки практически применимой аналитической модели финансовой деятельности банка и необходимость перехода к концепции многослойного моделирования деятельности банковского учреждения. В таких условиях возникает потребность в предоставлении банковским аналитикам инструментария, позволяющего гибко изменять показатели эффективности, критерии, решающие правила, список учитываемых ограничений; оперативно перестраивать логику работы оптимизационных алгоритмов.

Традиционно выделяют два слоя моделирования финансовой деятельности банка:

- ✦ моделирование типовых, основанных на действующих нормативно-методических документах, технологий выполнения операций;
- ✦ моделирование существующих «исторически сложившихся» в банках технологий выполнения операций.

Архитектура многослойной модели существенно зависит от решаемой задачи.

**У**читывая всевозрастающие запросы клиентов и сложность процессов, протекающих в финансовой системе государства, автор предлагает существующие два слоя моделирования дополнить моделированием совокупности банковских продуктов, при котором каждый банковский продукт представляется в виде комплекса востребованных клиентами внешних выходов реализующих его бизнес-процессов и моделированием банковского портфеля с помощью динамической экономико-математической модели оптимизации привлечения и размещения денежных ресурсов банка. В своем традиционном исполнении существующие динамические модели имеют в большей степени теоретическое значение, чем практическое для принятия конкретных управленческих решений в операционной деятельности банка [4, 5, 6]. Моделирование с использованием данных моделей сводится в основном к решению следующих задач:

- ✦ изменению объемов привлеченных средств при изменении величины процентной ставки по депозитам;
- ✦ изменению прибыли коммерческого банка при увеличении (уменьшении) объемов привлеченных средств.

Для расширения объемов получаемой выходной информации в процессе моделирования финансовой деятельности банка представляется целесообразным использовать винтаж (*vintage*), то есть развертку какого-либо показателя по относительному временному интервалу. В результате становится возможным связать воедино весь комплекс активных и пассивных операций, отражающих финансовую деятельность банка, и прийти к конкретному управленческому решению относительно формирования структуры банковских ресурсов с использованием прогнозных показателей развития сценария событий. В качестве основных методологий винтажа можно использовать:

- ✦ IDEF0 – методология функционального моделирования (разновидность методологии структурного анализа и проектирования систем SADT);
- ✦ ABC – (*Activity Based Costing*) – методология функционально-стоимостного анализа; в соответствии с ABC-методологией каждая функция характеризуется стоимостью ее выполнения;
- ✦ IDEFIX – методология построения логических моделей семантических характеристик данных [7, 8].

Безусловно, количественная и качественная составляющая слоев моделирования может изменяться в зависимости от требований банка, аналитических способностей разработчиков и имеющихся в наличии ресурсов.

Моделирование финансовой деятельности банка в большинстве случаев осуществляется в рамках функционального блока «Управленческое решение», в зарубежной литературе именуемое как SEM Banking. Данный функциональный блок включает в себя компонент «Планирование и моделирование», который предназначен для осуществления бюджетного управления, плани-



рования, контроля и анализа показателей деятельности банка [3]. Данный компонент предоставляет банкам возможность повышения эффективности моделирования при принятии управленческих решений за счет проведения анализа показателей деятельности банка: от агрегированных показателей до развернутых аналитических зависимостей и, далее, до детальных данных учетного уровня.

Отдельно следует акцентировать внимание на том, что одним из важнейших условий успешного моделирования финансовой деятельности банка является такая архитектура информационных технологий, которая предоставляет совместимую, стандартизированную и интегрированную информацию, охватывает основные сферы деятельности и благодаря достаточной гибкости, по меньшей мере, не препятствует появлению новых и усовершенствованию существующих бизнес-процессов. Информация представляет собой основу управления любым объектом. Коммерческий банк, являясь сложной общественно-экономической системой, для своего успешного управления требует самой широкой информационной базы. Он концентрирует в своем распоряжении большие объемы различной деловой информации, касающейся как функционирования самих банков, так и хозяйственных структур, государственных органов, сфер экономической деятельности.

Подавляющее большинство существующих в настоящий момент отечественных информационных технологий разрабатывались с целью автоматизации операционно-учетной деятельности банка, поэтому они оказались слабо приспособленными для выполнения аналитической работы. Функциональная полнота многих информационных систем все еще недостаточна. Очевидно, что решать задачи моделирования финансовой деятельности банка в таких условиях достаточно проблематично.

Можно выделить два подхода к обеспечению адаптивной информационной системы:

1. Избыточное функциональное наполнение системы с последующим ограничением прав пользователя и выбором вариантов настройки из параметрически определенного множества, осуществляемым средствами администрирования системы.

2. Включение в систему инструментальных средств, которые представляют собой специализированную программную оболочку, т. е. фактически, средство разработки более высокого уровня, по сравнению с тем, с помощью которого создана сама система.

Для разработки модели финансовой деятельности банка необходимо наличие следующих трех видов информации:

1. Информация для поддержки управленческих решений стратегического характера.

2. Информация, необходимая для обслуживания клиентов и решения задач внутрибанковского управления.

3. Учетно-операционная информация о конкретных операциях банка.

Таким образом, для успешного моделирования финансовой деятельности банка необходимо, чтобы архитектура информационных технологий создавалась вокруг систем поддержки принятия решений и включала в себя существующие операционно-учетные версии. Все составные части информационной системы должны быть интегрированы как на уровне данных, так и на уровне используемых программных процедур. В числе основных требований к информационным системам можно выделить:

- ✦ полный учет всех параметров финансовой сделки любого типа. Все формальные и неформальные данные по заключенным с клиентом соглашениям должны находить свое отражение в информационной системе;
- ✦ наличие информации обо всех движениях средств, связанных с выполнением конкретной финансовой сделки;
- ✦ полнота информации, выдаваемой по любой операции, не должна зависеть от того, во время или после завершения операции эта информация запрашивается;
- ✦ функциональная полнота информации должны быть такова, чтобы обеспечивалась автоматизация всех типов финансовых операций банка.

Подводя итог проведенному исследованию, необходимо отметить, что моделирование финансовой деятельности банка выступает не только как комплексный инструмент оценки достигнутых результатов деятельности, но и как инструмент финансового прогнозирования, метод изучения и оценки выбранных направлений. Моделирование используется при составлении и оценке основных разделов бизнес-плана банка, прогнозном балансе, отчете о прибылях и убытках, прогнозировании движения денежных средств и других показателей банковской деятельности и банковских продуктов. Успешное проведение моделирования зависит от качества выбранной методики или отдельных аналитических показателей, и от системы используемой информации, организационных процедур его проведения, а также уровня современных компьютерных систем, предоставляющих принципиально новые возможности для получения информации. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Щетинин М. Е. Управление финансовой деятельностью банка с помощью моделей анализа / Щетинин М. Е. // Экономика. Налоги. Право.– 2010.– № 2.– С. 132 – 136.

2. Костіна Н. І. Моделювання діяльності комерційного банку в умовах економічної кризи / Н. І. Костіна, С. В. Сучок // Науковий вісник Національної академії державної податкової служби України.– Ірпінь, 2009.– № 1(1)44.– С. 79.

3. Дубейковский В. И. Эффективное моделирование с AllFusion Process Modeler 4.1.4 и AllFusion PM.– М. : ДИАЛОГ-МИФИ, 2007.– 382 с.

4. Янковский И. А. Генезис математических моделей банка: [Электронный ресурс] [www.nbrb.by/bv/narch/405/5.pdf](http://www.nbrb.by/bv/narch/405/5.pdf)

**5. Царьков В. А.** Применение кибернетических моделей для стратегического управления банком / Царьков В. А. // Аудит и финансовый анализ.– 2009.– № 1.– С. 321 – 326.

**6. Пронская Н. С.** Оценка финансовой устойчивости банков с помощью математических моделей / Пронская Н. С., Гоголь Д. А. // Финансы и кредит.– 2010.– № 38.– С. 40 – 46.

**7. Лукьяненко И. Г.** Современные проблемы моделирования социально-экономических систем / И. Г. Лукья-

ненко: коллективная монография / под ред. д-ра экон. наук, проф. В. С. Пономаренко, д-ра экон. наук, проф. Н. А. Кизима, д-ра экон. наук, проф. Т. С. Клебановой.– Х. : Александрова К. М.; ИНЖЭК, 2009.– С. 413.

**8. Плещицер М. В.** Методологические аспекты прогнозирования банкротства банков в период финансового кризиса / Плещицер М. В. // Аудит и финансовый анализ.– 2010.– № 2.– С. 161 – 166.

## МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

**ПУРЛИЕВ Б. К.**

*доктор экономических наук*

**АННАГУРБАНОВА Б. К.**

*соискатель*

**Ашхабад (Туркмения)**

**В** реализации программ по развитию банковского сектора экономики одно из центральных мест принадлежит совершенствованию и развитию перспективных методик оценки эффективности кредитного портфеля банковских учреждений.

В работе дается оценка эффективности работы банка через оценку показателей эффективности. В этой связи анализируются показатели финансовой устойчивости и ликвидности коммерческих банков в современных условиях хозяйствования. Раскрываются факторы устойчивости коммерческих банков, затрагивающие организационную, технологическую и экономическую сторону их деятельности.

Выполненная работа опирается на труды отечественных и зарубежных экономистов, специалистов в области банковского дела, среди них: Атаев М., Пурлиев Б. К., Тайхаров Б., Халов Х., Амелин Д. И., Андросов А. М., Белоглазова Г. Н., Жуков Е. Ф., Колесников В. И., Лаврушин О. И., Макарова О. И., Питер С. Роуз, Дж. Синки, Ширинская Е. Б., Яковенко С. Н.

*Целью* работы является теоретическое исследование проблем оценки кредитных портфелей современных коммерческих банков, направленное на разработку практических рекомендаций по совершенствованию методики проведения оценки эффективности кредитного портфеля коммерческих банков Туркменистана.

Оценка эффективности кредитного портфеля является одним из важнейших задач экономического анализа, решение которого основывается на применении метода коэффициентов. Сущность метода коэффициентов заключается в построении системы взаимосвязанных показателей, которые всесторонне характеризуют состояние и динамику объекта исследования.

Система показателей оценки эффективности кредитного портфеля рассчитывают по результатам дея-

тельности коммерческого банка за год. При расчетах за квартал или полугодие необходимо систему показателей приводить до годового уровня.

В качестве основных показателей, которые характеризуют оценку эффективности кредитного портфеля коммерческого банка, являются следующие:

- ✦ эффективная ставка;
- ✦ чистый приведенный доход;
- ✦ внутренняя норма доходности;
- ✦ рентабельность;
- ✦ срок окупаемости.

Методика оценки эффективности кредитного портфеля коммерческого банка тесно связана с приведением как инвестиционных расходов, так и доходов от капиталовложений к определенному периоду времени, т. е. с расчетом соответствующих данных величин. Наиболее важным моментом здесь является выбор уровня ставки, по которой производится дисконтирование. Назовем эту величину ставкой сравнения, поскольку оценка эффективности часто осуществляется именно при сравнении вариантов ссудных вложений. Какую ставку следует принять в конкретной ситуации – дело экономического суждения и прогноза.

На ставке в большей мере отражается такой фактор как время – чем она выше, тем более отдаленные платежи оказывают все меньше влияния на данную величину ресурсного потока. Из сказанного следует, что получаемые размеры данных величин доходов от ссудных вложений являются условными характеристиками, поскольку в существенной мере зависят от принятой для будущего ставки сравнения. В зависимости от конкретной сложившейся ситуации учет фактора времени может меняться, и то, что представлялось предпочтительным в одних условиях, может не оказаться таковым в других.

**Эффективная ставка ( $C_{эф}$ )** – ставка измеряет тот реальный относительный доход, который получают в целом за год. Иначе говоря, эффективная ставка показывает, какая годовая ставка сложных процентов дает тот же финансовый результат, что и  $m$  – число погасительных платежей в год по ставке  $C_{эф} / m$ .

Эффективная ставка ( $C_{эф}$ ) определяется согласно следующего равенства:

$$(1 + C_{эф})^n = (1 + C_{эф} / m)^{mn},$$

где  $m$  – число погасительных платежей в году;  
 $n$  – срок кредита в годах.

Из равенства вытекает:

$$C_{эф} = (1 + C_{эф} / m)^m - 1.$$

**Чистый приведенный доход ( $A_{чп}$ )** – данный показатель характеризует общий абсолютный результат кредитной деятельности, ее конечный эффект. Под чистым приведенным доходом понимают разность дисконтированных на данный момент времени показателей дохода и кредитных вложений. Если доходы и кредитные вложения представлены в виде ресурсного потока поступлений, то чистый приведенный доход равно данной величине этого потока. Показатель чистый приведенный доход ( $A_{чп}$ ) является основой для определения большинства измерителей эффективности.

**И**так, пусть ресурсный поток поступлений характеризуется величинами  $R_t$ , причем эти величины могут быть как положительными, так и отрицательными. В случае, когда при условии, что ставка сравнения равна  $q$ , имеем

$$A_{чп} = \sum R_t v^t,$$

где  $R_t$  – размер потока платежей;  
 $v$  – дисконтный множитель по ставке  $q$  (ставке сравнения);  
 $t$  – период времени.

Влияние кредитных затрат и доходов от них на чистый приведенный доход ( $A_{чп}$ ) можно представить в более наглядном виде

$$D_{чп} = \sum_{j=1}^{n_2} E_j v^{j+n_1} - \sum_{t=1}^{n_1} K_t v^t,$$

где  $K_t$  – кредитные расходы в периоде  $t$ ;  
 $E_j$  – доход в периоде  $j$ ,  $t = 1, \dots, n_1$ ,  $j = 1, \dots, n_2$ ;  
 $j$  – номинальная ставка;  
 $t$  – промежуточный момент времени;  
 $n_1$  – продолжительность кредитного процесса;  
 $n_2$  – продолжительность периода отдачи от кредита.

В показателе чистого приведенного дохода ( $A_{чп}$ ) предполагается, что процесс отдачи определяется после окончания кредитного процесса. Если следует ожидать некоторое запаздывание (отдача начинается спустя  $n$  периода после начала осуществления кредитной сделки, т. е.  $n > n_1$ ), то вместо степени  $j + n_1$  дисконтного множителя следует применить  $j + n$ .

Содержание показателя чистого приведенного дохода (Дчп) легко понять из следующего примера. Пусть кредитные вложения полностью осуществляется за счет заемных средств, причем ссуда выдана под ставку сравнения ( $q$ ). Нарастание процентов на текущий доход также осуществляется по этой ставке. Тогда чистый приведенный доход (Дчп) представляет собой ожидаемый чистый доход кредитного портфеля, приведенный к начальному моменту времени.

Важным свойством показателя чистого приведенного дохода характеризуется путем приведения соответствующих сумм к началу кредитного процесса. Одновременно представляется практическая возможность оценки момента завершения процесса вложений ссуд.

Формулированным виде это можно представить согласно формулы:

$$A_{чп(t)} = A_{чп(0)} (1 + q)^t,$$

где  $A_{чп(0)}$  и  $A_{чп(t)}$  – величины чистого приведенного дохода, рассчитанные на начало кредитного процесса и на определенный период времени ( $t$ ). Из приведенной формулы следует, что при сравнении кредитных операций, достигается оптимальный вариант.

При высоком уровне ставки отдаленные платежи оказывают малое влияние на чистый приведенный доход. Поэтому различные по продолжительности периодов отдачи вариантов могут оказаться практически равноценными по конечному экономическому эффекту.

Кредитные операции с длительной отдачей имеют незначительное преимущество, которое легко может быть перекрыто влиянием какого-либо менее существенного фактора. При прочих равных условиях кредиты с более длительным периодом поступлений доходов являются предпочтительными.

**Внутренняя норма доходности.** Наиболее часто при оценке эффективности кредитных вложений используют так называемый показатель внутренней норма доходности ( $A_{нд}$ ). Под внутренней нормой доходности понимают расчетную ставку процентов, где кредитные процессы являются окупаемой операцией. Иначе говоря, при начислении на сумму ссудных процентов по ставке, равной внутренней норме доходности. Чем выше эта ставка, тем больше эффективность кредитных вложений. Показатель внутренней норма доходности ( $A_{нд}$ ) при особо неблагоприятных условиях может оказаться нулевой и даже отрицательной.

**К**редитные вложения осуществляются только за счет привлеченных средств, причем кредит получен по эффективной ставке процентов ( $C_{эф}$ ), то разность внутренняя норма дохода и эффективная ставка процентов ( $A_{нд} - C_{эф}$ ) показывает эффект предпринимательской деятельности (заемщика). При внутренней нормы доходности равной эффективной ставке ( $A_{нд} = C_{эф}$ ) доход только окупает кредитные вложения (бесприбыльны). При внутренней норма доходности меньше эффективной ставке ( $A_{нд} < C_{эф}$ ) вложения убыточны.

Следовательно, уровень внутренней норма доходности ( $A_{нд}$ ) полностью определяется внутренними данными, характеризующими кредитного портфеля коммерческого банка.

Показатель рентабельности ( $P$ ) представляет собой соотношение приведенных доходов к приведенным на эту же дату расходам. Иногда показатель рентабельности ( $P$ ) называют индексом доходности. Кредитный процесс осуществлений разовой операции определяется следующим образом:

$$P = \sum E_j v^j / K,$$

где  $E_j$  – показатели чистого дохода;  
 $v^j$  – дисконтный множитель по ставке  $i$ ;  
 $K$  – кредитный процесс.

В том случае, когда кредит представляет собой некоторый ресурсный поток, то он определяется согласно следующей формулы:

$$P = \sum E_j v^j + n_1 / \sum M_t v^t,$$

где  $E_j$  – показатели чистого дохода;  
 $t = 1, \dots, n_1$ ;  
 $j = 1, \dots, n_2$ ;

$M^t$  – размеры кредитных затрат;

$v^t$  – дисконтный множитель по рыночной ставке.

В том случае, когда показатель рентабельности ( $P$ ) равен единице, то это означает, что доходность кредитных вложений точно соответствует нормативу рентабельности внутренней нормы дохода. При  $P < 1$  кредитные вложения нерентабельны, так как не обеспечивают этот норматив.

Срок окупаемости ( $C_{ок}$ ) – один из наиболее часто применяемых показателей. Без учета фактора времени, т. е. когда равные суммы дохода, получаемые в разное время, рассматриваются как равноценные, показатель срока окупаемости определяется по следующей формуле:

$$C_{ок} = КП / A_{чб},$$

где  $C_{ок}$  – упрощенный показатель срока окупаемости;

$КП$  – объем кредитного портфеля;

$A_{чб}$  – ежегодный чистый доход банка.

Если же чистый доход поступает неравномерно, то срок окупаемости определяется последовательным суммированием поступлений и расчетом периода времени до тех пор, пока сумма чистого дохода не окажется равной объему кредитного портфеля.

Более обоснованным с финансовых позиций является другой вариант определения срока окупаемости – непрерывный поток доходов при постоянном темпе их прироста. Этот вариант исчисляется следующим образом по формуле:

$$C_{ок} = -1n(1 + КП / A_{чб}(\gamma - \delta)) / \gamma - \delta,$$

где  $\gamma$  – непрерывный темп прироста показателей дохода;

$\delta$  – ставка непрерывных процентов.

Уровень дохода при всех прочих равных условиях приводит к окупаемости кредитного портфеля. Срок окупаемости существует, если не нарушаются определенные соотношения между ресурсными поступлениями и размером кредитного портфеля коммерческого банка. Эти соотношения могут иметь следующие виды:

- ★ при ежегодном поступлении постоянных доходов это соотношение имеет вид:  $A_{чб} > C_{эф}КП$ ;
- ★ при поступлении постоянных доходов  $p$  раз в году  $A_{чб} > p((1 + C_{эф})^{1/p} - 1)КП$ ;
- ★ при непрерывном поступлении доходов  $A_{чб} > 1n(1 + C_{эф})КП$ .

В том случае, когда вышеперечисленные требования не выполняются, то кредитные вложения не окупаются за определенный срок, поэтому этот срок равен бесконечности.

Таким образом, практическая оценка эффективности кредитного портфеля осуществляется на основе построения системы взаимосвязанных показателей, которые всестороннее характеризуют состояние, динамику, а также позволяют оценить и экономически обосновывать решения, обеспечивающие экономическую эффективность использования оптимального варианта кредитных вложений коммерческого банка. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Капитаненко В. В.** Финансовая математика и ее приложения : Учебно-практическое пособие для вузов.– М., 1999.
2. **Четыркин Е.** Методы финансовых и коммерческих расчетов.– М., 1992.– 320 с.
3. **Готовчиков И.** Технология оценки потенциальной эффективности кредитного портфеля банка // Банковские технологии.– 2007.– № 4.– С. 51.
4. **Предтеченский А. Н.** Коэффициентный анализ в системе кредитных рейтингов заемщиков банка // Банковское дело.– 2005.– № 4.– С. 28 – 33.
5. **Пурлиев Б. К.** Банковский менеджмент : Научно-производственное пособие.– Ашгабад : Наука, 2010.– 124 с.
6. **Стивен М. Фрост.** Настольная книга банковского аналитика: Деньги, риски и профессиональные приемы / Перевод с англ.; Под научной редакцией Н. В. Рудя/– Днепрпетровск, 2006.– 672 с.
7. **Турбанов А., Тютюнник А.** Банковское дело : Операции, технологии, управление.– М., 2010.
8. **Титова Н. Е. Кожаяева Ю. П.** Деньги, кредит, банки : Учебное пособие.– М., 2003.
9. «Положение о дифференцированном кредитовании предприятий» от 29 апреля 1997 года.
10. «Положение об экономических нормативах, регулирующих деятельность коммерческих банков» от 29 мая 1998 года.

# ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ ВІДНОСИН СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

**КЛОКАР О. О.**

*кандидат економічних наук*

**Біла Церква**

Інтеграція України в СОТ, ефективна реалізація соціально-економічних реформ у даному напрямі та підвищення добробуту громадян, можливо лише за умови якісного формування фінансово-кредитних відносин між усіма суб'єктами, передусім, аграрного сектора економіки. Проте відсутність необхідних власних і складність залучення позикових коштів гальмує відтворення ресурсного потенціалу та розвиток сільськогосподарства в цілому. Так, у 2009 р. обсяг активів, власного капіталу підприємств, вітчизняних та іноземних інвестицій в сільському господарстві в порівнянні з промисловістю, транспортом і зв'язком та будівництвом зменшився в тричі [6, с. 108; 7, с. 27; 9, с. 34; 10, с. 34 – 35]. Це погіршує результати фінансово-господарської діяльності сільськогосподарських підприємств, доходи селян і підвищує вибуття робочої сили з аграрного сектора економіки в цілому. Тому актуальним питанням на сучасному етапі розвитку аграрної сфери є характеристика та вдосконалення формування фінансово-кредитних ресурсів усіх господарюючих суб'єктів.

Дослідженням вищенаведеної проблеми займалися такі науковці: О. Бондаренко, В. Трегобчук, О. Вороновська, В. Діесперов, О. Олійник, тощо [1 – 4; 8]. Учені сформуливали основні засади щодо дослідження ефективності формування фінансово-кредитних відносин сільськогосподарських підприємств. Проте проблема якості їх відтворення в контексті розвитку земельного ринку в Україні розроблена ними недостатньо.

Враховуючи актуальність описаних вище питань, головною метою даного етапу дослідження є характеристика особливостей формування фінансово-кредитних відносин суб'єктів аграрного сектора економіки. Для досягнення цієї мети слід було вирішити такі завдання:

- ✦ визначити провідні особливості формування фінансово-кредитних відносин між суб'єктами аграрної сфери;
- ✦ охарактеризувати вищевказані особливості;
- ✦ виявити переваги та недоліки щодо формування та використання кожної з них і обґрунтувати отримані результати.

З метою вирішення вищезазначених завдань нами використовувалися такі методи дослідження: діалектичний, абстрактно-логічний, системно-структурний тощо.

У зв'язку з відсутністю необхідної статистичної інформації щодо всіх аспектів формування фінансово-кредитних відносин між суб'єктами агросфери, нами в 2009 р. здійснено аналіз фінансово-господарської діяльності 28 сільськогосподарських підприємств Київської області (Білоцерківський, Володарський, Кагарлицький райони тощо) за останні 5 років. Також було проведено соціологічне обстеження 320 респондентів сільської місцевості Київщини за допомогою розробленої автором анкети. Для досягнення репрезентативності вибірки були визначені чотири групи респондентів: керівники сільськогосподарських підприємств – 20%, провідні спеціалісти – 30, робітничі кадри – 30, голови сільських рад – 20.

У результаті дослідження нами встановлено, що провідні особливості формування фінансово-кредитних відносин між суб'єктами аграрного сектора економіки пов'язані з умовами та термінами надання і повернення коштів за відповідними послугами, а саме: видом кредиту чи інвестиції (короткострокові та довгострокові); кредитною заставою, особливістю її оформлення й страхування тощо (табл. 1).

**Таблиця 1**

**Особливості залучення кредитів та інвестицій в аграрний сектор економіки Київської області\***

№ п/п	Захід	Інвестиції та кредити	
		Короткострокові	Довгострокові
1	2	3	4
1	Оформлення відновлювальних кредитних ліній (можливість отримання та повернення коштів у будь-який час, але до кінця визначеного терміну кредиту)	+	-
2	Залучення обігових коштів (купівля причіпного обладнання, ПММ, запасних частин тощо) у весняно-осінній період	+	-
3	Оформлення нової техніки, обладнання та машин у заставу, яка використовується в процесі виробництва	+	-
4	Оформлення не відновлювальних кредитних ліній (можливість отримання коштів визначеними частками у будь-який час, з поверненням лише в кінці визначеного терміну кредиту)	-	+
5	Оформлення найбільш ліквідних будівель і споруд в заставу (ферма, тік, тракторна бригада, склад, контора тощо)	-	+

1	2	3	4
6	Обов'язкове укладання договору застави і договору страхування майна на суму в 1,5 раза вищу, ніж застава	+	+
7	Укладання договору страхування майна виключно в страхових компаніях рекомендованими банком-кредитором	+	+
8	Компенсація державою частини відсоткової ставки по кредиту (до 21% річних) при умові, що кредитні кошти використані виключно на виробничі потреби	+	+
9	Надання інвестицій в будь-якій формі, на різні терміни з можливістю диференціації умов та термінів їх повернення	+	+
10	Укладання ф'ючерсних договорів на кредити та інвестиції з заставою і страхуванням не виробленої продукції	-	+

\* Складено за результатами досліджень автора в 2009 р. в аграрних підприємствах Білоцерківського, Володарського, Кагарлицького та Фастівського районів Київської області.

Застосування кредитних ліній при коротко- та довгостроковому кредитуванні забезпечує можливість без зайвих обмежень використовувати в будь-який час всі необхідні матеріальні і нематеріальні ресурси. Проте складність надання та оформлення ліквідної для банку застави, високі відсотки за кредитом, компенсація державою лише частини з них, спрямованих виключно на виробничі потреби, тривалий період перевірки кредитної історії та рівня надійності позичальника істотно гальмує процес формування й відтворення фінансового потенціалу сільськогосподарських підприємств в цілому.

Крім цього, нестабільна політична та соціально-економічна ситуація в державі нівелює можливість ефективно залучати вітчизняні та іноземні фінансові ресурси. Так, більшість опитаних керівників аграрних підприємств скаржаться на рейдерські підходи інвесторів і кредиторів та їх бажанням отримати у власність всі ресурси господарюючих суб'єктів, особливо земельні в контексті формування земельного ринку в Україні. Це, передусім, пов'язано з встановленням складних умов повернення кредитних та інвестиційних коштів і попереднє укладання договорів щодо подібних ситуацій без урахування не передбачуваних обставин, з можливістю

зміни умов договору та, як наслідок, власника майна підприємства.

На наш погляд, вищенаведені підходи свідчать про низьку кредитну та інвестиційну привабливість в нинішніх умовах розвитку аграрного сектора економіки. Так, у 2009 р. інвестиції в основний капітал, прямі іноземні інвестиції, валові капітальні інвестиції та інші показники щодо фінансового забезпечення сільськогосподарських підприємств були в 3 – 5 разів нижчі ніж у промисловості Київщини та України в цілому [5, с. 79; 6, с. 108; 7, с. 27, 80; 10, с. 34 – 35]. Підтвердження наших думок знаходимо в результатах соціологічного опитування керівників сільськогосподарських підприємств щодо визначення основних факторів впливу на кредитний та інвестиційний клімат в аграрному секторі економіки (табл. 2).

Із табл. 2 слідує, що провідними чинниками, які впливають на прагнення керівників сільськогосподарських підприємств отримати кредит, або інвестицію є: потреба в ресурсах, рішення засновників, умови банківського кредитування та ефективність діяльності галузі (відповідно кожен показник становить від 77 до 87%). Разом з тим незначна кількість респондентів (відповідно 40 – 53% з них) надає перевагу впливу державних

Таблиця 2

**Фактори, які впливають на залучення кредитів та інвестицій в аграрний сектор економіки Київської області, 2009 р., % до загального числа відповідей\***

Фактор	Господарські товариства	Фермерські господарства	Державні підприємства	У середньому в умовах	
				існуючих	сприятливих
Потреба в ресурсах	90	80	60	77	50
Рішення засновників	80	100	70	83	60
Умови банківського кредитування та інвестування	80	80	70	77	20
Ефективність діяльності галузі	90	90	80	87	70
Державні програми залучення фінансових ресурсів	30	40	90	53	40
Ринок землі	50	40	30	40	20
Інші чинники	8	6	4	5	3

\* Складено за матеріалами проведених досліджень автора у 2009 р. в аграрних підприємствах Білоцерківського, Володарського, Кагарлицького та Фастівського районів Київської області.

програм залучення фінансових ресурсів та земельному ринку України, тоді, як у сприятливих умовах їх кількість була б майже незначною (від 20 до 40%).

На нашу думку, вищенаведені результати опитування свідчать про відсутність сподівань у керівників, передусім, господарських товариств і фермерських господарств на державну підтримку і гарантування залучення фінансових ресурсів в аграрний сектор економіки. Також окремі респонденти не достатню увагу приділяють формуванню земельного ринку України та його впливу на кредитну та інвестиційну привабливість сільськогосподарських підприємств. Проте, на наш погляд, земля як товар є вагомим стимулом для потенційних інвесторів і кредиторів даної галузі, що потребує формування ефективних відносин між усіма суб'єктами господарювання щодо цього питання.

## ВИСНОВКИ

Отже, у результаті аналізу особливостей формування фінансово-кредитних відносин суб'єктів аграрного сектора економіки нами встановлено, що специфіка організації таких відносин пов'язана з умовами та термінами надання і повернення коштів за відповідними послугами, а саме: видом кредиту чи інвестиції (короткостроковий та довгостроковий); кредитною заставою, особливістю її оформлення й страхування тощо. Також встановлено, що умови та можливості залучення фінансово-кредитних ресурсів в сільське господарство є достатньо складними та не завжди забезпечують ефективність використання та повернення позикових коштів.

Це підтверджується аналізом відповідних показників на макро- і мікро рівнях. Тому враховуючи специфіку сільськогосподарського виробництва, на нашу думку, доцільно вжити таких заходів:

- ✦ спростити систему оподаткування в аграрному секторі економіки, особливо для інвесторів;
- ✦ забезпечити державну підтримку в оформленні кредитів під виробництво сільськогосподарської продукції;
- ✦ розробити та реалізувати комплексні програми щодо розвитку фінансово-кредитних відносин у сільському господарстві.

На наш погляд, всі вищезазначені заходи сприятимуть надходження всіх форм капіталу в аграрного сектора економіки та сприятимуть комплексному розвитку галузі в цілому. ■

## ЛІТЕРАТУРА

**1. Бондаренко О. А.** Організаційно-економічний механізм відтворення основних засобів в АПК : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.02 – «Економіка сільського господарства і АПК» / О. А. Бондаренко.– Д., 2002.– 20 с.

**2.** Відтворення та ефективне використання ресурсного потенціалу АПК (теоретичні і практичні аспекти) / [відповід. ред. акад. УААН, В. М. Трегубчук].– К. : ІЕ НАН України, 2003.– 259 с.

**3. Вороновська О. В.** Економічний механізм формування і відтворення технічних засобів в аграрних підприєм-

ствах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.02 – «Економіка сільського господарства і АПК» / О. В. Вороновська.– Д., 1998.– 16 с.

**4. Дієсперов В. С.** Організаційні умови раціонального використання техніки / В. С. Дієсперов // Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази агропромислового комплексу в Україні.– К. : ІАЕ УААН, 2003.– С. 536 – 543.

**5.** Діяльність суб'єктів господарювання Київської області: Статистичний збірник.– К. : Головне управління статистики у Київській області, 2010.– 126 с.

**6.** Діяльність суб'єктів господарювання : Статистичний збірник.– К. : Державний комітет статистики України, 2010.– 448 с.

**7.** Інвестиції та будівельна діяльність в Київській області : Статистичний збірник.– К. : Головне управління статистики у Київській області, 2010.– 84 с.

**8. Олійник О. В.** Економічний механізм розширеного відтворення в сільському господарстві в умовах циклічності його розвитку: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук: спец. 08.07.02 – «Економіка сільського господарства і АПК» / О. В. Олійник.– Суми, 2005.– 36 с.

**9.** Сільське господарство Київської області : Статистичний збірник.– К. : Головне управління статистики у Київській області, 2010.– 399 с.

**10.** Сільське господарство України: Статистичний збірник.– К. : Державний комітет статистики України, 2010.– 376 с.



## ЕВОЛЮЦІЯ ФУНКЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ ДО УМОВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

ФРОЛОВА Т. О.

кандидат економічних наук

Київ

З розвитком і поглибленням взаємозв'язків і взаємозалежностей між країнами, посиленням міжнародного характеру господарської діяльності значною мірою пов'язані і сучасні тенденції світового менеджменту. Услід за переходом більшості постіндустріальних країн до відкритої економіки, стрімким зростанням ролі транснаціональних корпорацій у світовій економіці, розвитком міжнародного підприємництва розвивалася й інтернаціоналізація управління. Це викликало багато нових питань в управлінській теорії та практиці. Це виключно нові питання, які поставила перед управліннями реальна практика в кінці ХХ століття, в епоху глобалізації, вирішити які можна лише за умови формування **якісно нової системи управління**, адекватної вимогам глобальної ефективності бізнесу, – **системи міжнародного менеджменту** [1, с. 35 – 36].

Дослідження функцій управління як основних категорій технології менеджменту підприємств взагалі і акціонерних товариств зокрема знайшли своє відображення у працях Р. Акоффа, І. Ансоффа, А. Аккера, Альберта М. Хедоурі, В. Базилевича, Д. Баюри, О. Вакульчик, З. Варналія, А. Гальчинського, В. Гейця, Р. Герасименко, В. Євтушевського, П. Єщенко, Ю. Касимова, Г. Козаченко, О. Кузьміна, Ю. Лупенка, А. Мазараки, І. Малога, М.Г. Мескона, В. Міщенко, Б. Ніла, Р. Пайка, Є. Панченка, Ю. Петруні, О. Рибалкіна, С. Румянцева, М. Рупняк, А. Сірка, Ф. Хміля, А. Шегди, А. Яковлева та ін. Проте теоретико-методологічні та практичні аспекти функціонального підходу до міжнародного, глобального менеджменту ще недостатньо досліджені та розроблені. Нерозв'язаність багатьох проблем значною мірою пов'язана зі специфікою і різноманітністю видів діяльності корпорацій, що безпосередньо пов'язані з її виходом на зовнішні ринки, у зовнішнє міжнародне середовище, що потребує адаптації.

Мета роботи полягає у дослідженні еволюції функцій менеджменту, визначенні їх ролі в підвищенні ефективності управління компанією, а також у аналізі функцій управлінської діяльності на сучасному етапі в міжнародних корпораціях.

Практика управління така ж стара, як і людське суспільство. Саме з цієї причини неможливо точно визначити час виникнення перших елементів управління. Можна лише будувати різного роду припущення, засновані на більш-менш достовірних думках і відомостях.

Функції управління являють собою складові частини складного і необхідного процесу – *процесу управління*. М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі відмічають,

що більшість експертів у галузі управління сприймають таке його визначення: управління – це процес планування, організації, мотивації і контролю, необхідний для постановки та досягнення цілей організації [2]. Функції управління або менеджменту характеризують той або інший напрям активності взаємодії об'єкта та суб'єкта системи управління (переважно дії суб'єкта на об'єкт). Вони займають одне з провідних місць в управлінській діяльності. Впродовж історії управління діяльністю розвивалося від управління по інтуїції до раціонального, логічного, науково обґрунтованого процесу управління.

Спеціалісти з теорії управління виділяють різні функції, а також їх різні класифікаційні критерії. Під *функцією менеджменту* традиційно розуміють конкретний вид управлінської діяльності, що здійснюється спеціальними прийомами та способами, а також відповідну організацію робіт.

Усвідомлення важливості управлінських функцій відбулося ще на світанку світової історії, коли 6000 років тому древні єгиптяни визнали необхідність планування, організації і контролю. У 1800-х рр. до н. е. цар Хаммурапі ввів використання письмових документів, свідків для введення системи контролю. У 1491 р. до н. е. древніми євреями була розроблена концепція організації, а в 600-х рр. до н. е. вавилонський правитель Навуходоносор запровадив матеріальне стимулювання праці. Близько 400 р. до н. е. персидський цар Кір провів дослідження мотивації, створив плани і методи обробки даних. Проблема організації, планування, керівництва і контролю займалися також древньокитайські вчені Мен-Цзи і Сунь-Цзи, які розробили принцип спеціалізації праці, ввели систему норм і стандартів [3, с. 23]. Проте наукове вивчення функцій управління розпочалося лише на початку ХХ століття, завдяки Ф. Тейлору, А. Файолю, П. Друкеру.

Ранній період розвитку теорії управління характеризується, у першу чергу, слабкістю системи управління підприємством, невизначеністю функцій управління. Це обумовлено, в основному, тим, що в одній особі об'єднувалися власник і керівник, наслідком чого була незначна чисельність керівників і відсутність спеціалізації в здійсненні управлінських завдань.

У результаті відокремлення власника підприємства від процесу управління виробництвом, що сталося після розпаду фабричної системи організації праці і виникнення крупного машинного виробництва, з'явився спеціалізований апарат управління, у завдання якого входили контроль за діяльністю рядових членів організації та проведення заходів, сприяючих підвищенню ефективності їх роботи.

Однією з перших теоретичних шкіл, що розглядають проблеми теорії організації, стала так звана класична школа наукового управління. Засновником американської класичної теорії управління прийнято вва-

жати Фредеріка Тейлора. У межах цієї теорії Тейлор (1856 – 1915) може бути визнаним засновником руху, відомого під назвою «наукова організація праці». Ло-зунгами цього напрямлення стали: «координація», «інтеграція» й «контроль». Довівши важливість застосування на практиці методів наукової організації праці, Тейлор сформулював обов'язки адміністрації і вперше показав, що саме вона має брати на себе всю ініціативу щодо планування, організації праці, навчання персоналу аж до підбору знарядь праці на кожному робочому місці. А всі працівники повинні строго виконувати закріплені за ними завдання. Обґрунтування необхідності управління працею, заміни грубо практичних методів виробництва строго науковими, стимулювання працівників з метою формування у них зацікавленості у високих результатах праці – найбільш характерні новації школи наукового управління Ф. Тейлора [4].

**Т**ейлор визнавав, що його підхід не містить яких-небудь нових принципів наукових положень, і вважав, що теорія наукового управління «збирає всі традиційні знання, накопичені попередніми поколіннями керівників, і редукує їх у вигляді правил, законів, формул» [5]. У підході Тейлора по вдосконаленню управління організацією пріоритет відданий інженерним рішенням. У рамках цієї теорії всі відхилення від «раціональності» розглядаються як небажані наслідки, помилки, неточності, які можуть бути усунені на основі розрахунків і чисто інженерних рішень.

Якщо Тейлор розглядав, в основному, цеховий рівень організації виробництва, то Анрі Файоль – вищий адміністративний. Він концептуалізував функціональний підхід до управління підприємством, виділивши шість груп операцій (істотних функцій), властивих будь-якому підприємству: технічну, комерційну, фінансову, страхову, облікову та адміністративну. Особливу увагу Файоль приділяв адміністративній функції, яку він також називав функцією управління, виділяючи п'ять її елементів: *передбачення, організація, розпорядництво, координування та контроль*.

Саме Анрі Файоль (*Henri Fayol*) (1841 – 1925) об'єднав ідеї функціональної адміністрації Тейлора та старий принцип єдиноначальності, внаслідок чого отримав нову схему управління, яка і лягла потім в основу сучасної теорії організації. Історично ці функції означали важливий крок вперед. Функції, що описані А. Файоєм у 1916 році в монографії «Загальний і промисловий менеджмент» («*General and Industrial Management*»), до сих пір є невід'ємною частиною сучасної концепції теорії управління. Пізніше ці функції були узагальнені Файоєм А. до чотирьох, які найчастіше зустрічаються в сучасній літературі по менеджменту:

- 1) *планування*, що включає в себе вибір цілей та плану дій по їх досягненню;
- 2) *організація*, за допомогою якої відбувається розподіл завдань між окремими підрозділами або працівниками та встановлення взаємодії між ними;
- 3) *керівництво*, що направлене на мотивування виконавців до здійснення запланованих дій та досягнення поставлених цілей;

4) *контроль*, що полягає в співвідношенні реально досягнутих результатів з тими, що були заплановані [6].

Файоль не просто перерахував основні функції. Він заклав основи особливого напрямку в менеджменті – структурно-функціонального підходу. Функціональним його потрібно вважати тому, що управлінські функції – елемент всього каркасу управління – вихідна клітинка організаційної ієрархії. Структурним же підхід Файоля є тому, що функції визначають структуру організації, а не виступають якимсь доважком до неї.

Послідовники А. Файоля з адміністративної школи управління Л. Гьюлік і Л. Урвік запропонували концепцію (1937) з 7 функцій (*планування, організація, управління кадрами, керівництво, координація, облік і бюджетування*), а розроблена В. Хілем концепція (1968) містила всього 4 функції більш укрупненого формату, включаючи *формування політики та мети, планування, організацію та управління кадрами* [7].

Поряд з цим Ч. Барнард у роботі «Функції адміністратора» (1938) мінімізує склад функцій до трьох: визначення цілей організації з урахуванням мінливих вимог зовнішнього та внутрішнього середовища і формування цінностей організації та її внутрішньої культури; створення системи комунікацій, тобто ієрархічної та підзвітної структури, а також систем для передачі інформації як у вертикальному напрямку, так і між усіма індивідуумами та підрозділами; розробка відповідного набору стимулів для залучення й утримання персоналу, а також для забезпечення його прихильності до загальної мети [8].

**Н**айбільш поширену інтерпретацію управлінських функцій запропонували М. Мескон, М. Альберт і Ф. Хедоурі в посібнику «Основи менеджменту», виділивши *планування, організацію, мотивацію і контроль*. Однак відмовлятися від функції регулювання (координування) не виправдано, оскільки дослідження свідчать, що без неї не обходиться жоден управлінський процес. Наприклад, після контролювання відбувається зворотний зв'язок з метою усунення недоліків, відхилень, збоїв тощо, тобто регулювання; у процесі стратегічного планування після формування місії та визначення цілей організації, вибору стратегії обов'язково є оцінка розробленої стратегії шляхом її співставлення з місією організації. Що стосується функції координування, то цей важливий управлінський важіль реалізується у формі керівництва. Саме ці чотири функції осідають у свідомості нинішніх випускників вузів. Слухачі ж бізнес-школ, програм МВА більше орієнтуються на Пітера Друкера, який, висловлюючись про функції управління, виділяє: *управління бізнесом; управління менеджерами; управління персоналом і роботою*.

У минулому столітті бурхливе збільшення продуктивності праці призвело до неминучої кризи надвиробництва, глибокого економічного спаду 1929 – 1933 рр. і довгої депресії. Тоді стало очевидно, що функції управління, а відповідно і методи їхньої реалізації, не є незмінними, раз і назавжди сформованими. Повинен постійно відбуватися процес модифікації і поглиблення, обумовлений впливом об'єктивних чинників.

Першою альтернативою традиційній системі управління виступив японський стиль менеджменту, заснований на повазі до людей і суспільства, атмосфері співпраці, інтересі до нових знань і безперервному прагненні до вдосконалення. Виклик світовим ринкам з боку Японії дуже красномовно сформулював Коносуке Мацусіта: «Ми хочемо перемогти, а індустріальний захід хоче програти, і ви нічого не можете з цим зробити, тому що причини усередині вас самих. Ваші компанії побудовані на моделі Тейлора. І що ще гірше – це модель засіла у ваших головах. Ваші боси мізкують, а робітники крутять викрутки, і ви глибоко переконані, що це правильний спосіб управляти бізнесом. Суть менеджменту – доставити ідеї з голів босів в голови робітників. Ми – поза вашим розумінням. Ми переконані, що сучасний бізнес складний і важкий, виживання компаній в непередбачуваному середовищі усе більш супроводжується всілякими ризиками, жорсткою конкуренцією і небезпеками, тому стійке тривале існування компанії залежить від щоденної мобілізації кожної унції інтелекту» [9, с. 91].

Близько десятка років знадобилося американському менеджменту, щоб почати пропонувати свої ініціативи в сфері модернізації управління та збагачення змісту його функцій. Так, у 1980 р. професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер звернув увагу топ-менеджерів компаній на стратегію як ключовий чинник в конкурентній боротьбі на світових ринках. Інтерес до стратегії як найважливішої складової стійкого розвитку бізнесу та стратегічного управління з того часу значно виріс і залишається незмінно високим. Так була істотно розширена і адаптована до сучасних умов функція планування. Згодом партнери компанії «McKinsey» Т. Пітерс і Р. Вотерман вивчили бізнес-практики сорока трьох найбільших американських корпорацій із списку «Fortune 500», що демонстрували стійкий розвиток протягом 20 років і мали річний обіг більше одного мільярда доларів США. Результатом цього дослідження стала книга «У пошуках досконалості», що містила вісім основних принципів успішної компанії: ближче до покупця, продуктивність через людей, проста форма і невеликий управлінський персонал і ряд інших постулатів. У 1989 р. Р. Кемп концептуально оформив методологію бенчмаркінгу як метод безперервного вдосконалення на основі вимірювання і порівняння своїх результатів з аналогічними показниками конкурентів, партнерів, лідерів, пошуку кращої практики з подальшою адаптацією і вживанням її в своїй діяльності. Ця методологія значно покращує мотивацію працівників і забезпечує постійний контроль за результатами діяльності [9, с. 92 – 93].

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що весь цей час науковці спрямовували свої наукові інтереси лише на поглиблення змісту тих основних функцій управління, якими людство послуговується ось уже 6000 років.

Сучасне визначення управління включає всі файольовські функції. Процесом управління прийнято вважати свідомий, планований, такий, що направляється, координований та організований процес [10, с. 106].

Концептуальна модель функцій, що розроблена Файодем, виявилася настільки плідною, що дала життя багатьом сучасним школам і напрямам. Зокрема, школа управлінських процесів запозичила у Файоля функції планування і організації, розвинувши їх далі [11]. Після Другої світової війни набув поширення підхід, заснований на ідеї розділення функцій управління. Його називають делегуванням повноважень.

Подальший розвиток функціональних ідей Файоля йшов таким чином, що вони отримували нову інтерпретацію. Старе розуміння управлінських функцій і організаційної структури змінилося.

У колишньому Радянському Союзі виокремлювали функції планування, організування, координування, стимулювання, регулювання і контролювання. Розвиток глобалізації та укрупнення транснаціональних корпорацій призвели до змін в способах, методах та прийомах управління ними, до переходу від класичного менеджменту до поняття системного менеджменту.

Проте, не дивлячись на різноманітність видів функцій, для всіх процесів управління в організації характерна наявність однорідних видів діяльності.

Більшість науковців і практиків у сфері управління поділяють функції менеджменту на основні (загальні, або універсальні) та специфічні [2; 12].

Основні, або універсальні, функції властиві управлінню будь-яким підприємством. Вони ділять управлінську діяльність на ряд етапів або видів робіт, що класифікуються за ознакою черговості виконання в часі в цілях досягнення результату. До числа основних більшість авторів відносять такі функції: а) цілепокладання; б) планування; в) організації; г) координування (регулювання); д) стимулювання; е) контролю (облік, аналіз діяльності). Загальні функції визначаються поведінкою підприємства як господарюючого суб'єкта, певними діловими звичаями і чинним законодавством. Ці функції тісно пов'язані між собою в єдиному процесі управління. Незадовільна реалізація будь-якої з них, зокрема планування, організації або контролю, негативно позначаються на результатах діяльності підприємства в цілому.

До числа спеціалізованих включаються функції:

- ✦ аналітична функція по вивченню міжнародного ринкового середовища, середовища окремих країн і ринків, запитів споживачів зарубіжних ринкових сегментів;
- ✦ товарно-виробнича функція, що передбачає удосконалення та адаптацію товару до вимог іноземних споживачів конкретних країн та умов ринку країни виходу підприємства;
- ✦ збутова функція, що передбачає організацію збутових відділів на підприємстві та збутової мережі в країні виходу підприємства для просування товару;
- ✦ розробка цінової стратегії та формування цінової політики підприємства щодо товарів, що експортуються та імпортуються;
- ✦ рекламна робота підприємства на зовнішніх ринках, що передбачає участь у міжнародних ярмарках, виставках, застосування усіх видів реклами, для сприяння реалізації товарів [12].

Процеси глобалізації, активізація зовнішньоекономічних відносин призвели до значних змін в цілях, завданнях, методах і функціях управління. Різко змінилося відношення до власності, руйнувалися тривалі господарські зв'язки, що встановлювалися десятиліттями. Необхідною стала адекватна трансформація виробничих стосунків до конкурентних умов діяльності компанії. У зв'язку з цим відбуваються значні зміни характеру функцій управління корпорацією і реалії сьогодення роблять менеджменту новий виклик. Ряд важливих нових меж відрізняє сучасний ефективний менеджмент від традиційного менеджменту минулих років:

- ✦ інтелектуальний характер процесів ухвалення рішень;
- ✦ мережа команд;
- ✦ розгалуження колись єдиної системи загально-го менеджменту;
- ✦ інтенсивний розвиток і становлення самоврядування;
- ✦ зростання соціальної орієнтації менеджменту як усередині компанії, так і по відношенню до суспільства;
- ✦ використання інформаційних технологій.

У працях О. Кузьміна наголошено, що на сучасному етапі розвитку менеджменту потрібно виділяти п'ять загальних функцій: *планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання*. Щодо координування, то цей важливий управлінський важіль реалізують у формі керівництва, яке виступає об'єднуючою функцією, що здійснюють у всіх управлінських процесах на підприємстві [13, с. 64].

Таким чином, незважаючи на свою важливість, актуальність і затребуваність функціональної картини, сучасне управління базується на застарілих уявленнях і при цьому вивчається вкрай недостатньо, що обумовлює необхідність подальшого розвитку та вдосконалення концепцій функціонального менеджменту. Невизначеність щодо функцій менеджменту характерна сьогодні не тільки для їх трактування, розуміння і смислового змісту. Не меншою мірою вона властива і складу даних функцій. Аналіз численних видань дозволяє судити про наявність різноманітних авторських думок з приводу якісного і кількісного складу, найменування і класифікації функцій управління, що, у свою чергу, вимагає більш докладного їх дослідження.

З метою аналізу та узагальнення різних точок зору щодо функціонального складу в рамках проведеного дослідження шляхом вивчення широкого кола літературних джерел було визначено близько 30 категорій, що розглядаються різними авторами як управлінські функції. При цьому можна говорити про деяке питома та кількісне зростання в сучасних концепціях частки так званих «суміжених функцій», наприклад контроль та облік; мотивація і активація; цілепокладання і постановка завдання і т. п. (у табл. 1 за її списком для кожної такої функції вказано номер іншої сумісної функції). Прояв даної «функціональної інтеграції», на нашу думку, може свідчити, зокрема, як про взаємозв'язок важливих, але близьких функціональних сфер управлінської діяльності

та складність (а іноді і неможливість) їх однозначної диференціації, так і про спроби авторів чисельно обмежити склад функцій, які набувають все більш виражену об'єктивну тенденцію до кількісного зростання. Матричний аналіз, результати якого представлені фрагментарно у вигляді табл. 1, дозволив виявити узагальнену думку понад 20 авторів щодо найбільш вживаних в менеджменті функцій, а також їх кількісного складу.

Результати виконаного аналізу представлено також в графічному вигляді на рис. 1, де наведено рейтинги у відсотках від загальної кількості згадувань усіх функцій. Результати показали відсутність єдності думок, що характерно як для вітчизняних, так і для зарубіжних авторів, причому будь-яких принципових відмінностей у підходах вітчизняних авторів по відношенню до зарубіжних виявити не вдалося. Більш помітні відмінності можна побачити на рис. 1 при порівнянні робіт сучасних авторів і авторів більш раннього (класичного) періоду. Результати аналізу кількісного складу функціональних версій показують, що авторами найчастіше виділяються комплекси з 5, 4 або 7 функцій.

На наш погляд, це пояснюється тим, що у вітчизняній літературі досі збереглося уявлення з «доринкових» часів, коли домінував комплекс з 4 функцій (планування, організація, мотивація і контроль).

Наявність версії з 5 функцій обумовлена дотриманням авторів державному стандарту СРСР (ГОСТ 24525.0-80), який регламентував питання управління підприємством, включаючи і управлінські функції. У даний час цей стандарт не діє (а нового подібного стандарту не створено), проте його зміст, очевидно, знаходить досі відповідне відображення в управлінській літературі.

Наявність комплексів з 7 функцій, на нашу думку, можна пояснити спробами авторів вдосконалити базові концепції (включаючи і вихідну концепцію А. Файоля) за рахунок додавання до «класичного» складу з 4-5 функцій кілька «своїх» з урахуванням сучасних вимог. Авторі таких версій, мабуть, прагнуть поєднати класичні уяви з сучасними умовами і знайти певний кількісно-змістовний компроміс. Важливою обставиною при цьому є значна розбіжність думок щодо функцій, які додаються. Так, прогнозування та облік, керівництво, аналіз, нормування включаються до складу функцій частіше, ніж цілепокладання, маркетинг, інновації, активація, комунікація, постановка завдання та бюджетування [14].

У великих корпораціях функції менеджменту систематизовані, розділені між підрозділами та іноді територіально розрізнені. Роль середньої і нижньої ланки управління зводиться лише до проміжного контролю виконання встановлених вищим керівництвом планів. Значно змінився і сам зміст функцій менеджменту. Зокрема, з часом значно знизилася згадка щодо таких функцій, як керівництво та управління персоналом, і з'явилися нові функції маркетингу, комунікацій, управлінських рішень та ін.

З нинішніх позицій, наприклад, функція «управління персоналом» в силу своєї значущості набагато переросла межі традиційної функції і є найважливішою системною областю («мегафункцією») менеджменту,

Таблиця 1

Матричний аналіз переліку функцій сучасного менеджменту, що згадуються у наукових джерелах

Функції управління	Адап Дж.	Албастова Л. Н.	Брасс А. А.	Бреддік У.	Веснін В. Р.	Верштора Е. Е.	Віханський О. С.	Герчикова І. Н.	Гюлик Л., Урвік Л.	Дафт Р. Л.	Деслер Г.	Кабушкін М. І.	Казанцев А. І. та ін.	Лафта Дж. К.	Кузьмін О. Є.	Максимцов М. М.	Мескон М. та ін.	Панченко Є. Г.	Поршнев А. Г. та ін.	Робінс С., Котлер М.	Румянцева З. П. та ін.	Русинов Ф. М. та ін.	Файоль А.	Фатхутдінов Р. А.	Хіп В.
1. Планування			+7																						
2. Організація																									
3. Контроль			+8																				+8		
4. Мотивація																									
5. Координація				+1, 3																					
6. Регулювання																									
7. Прогнозування				+1																					
8. Облік			+3				+1, 8																	+3	
9. Керівництво																									
10. Цілепокладання																									
11. Аналіз																									
12. Управління персоналом (укомплектування штату)																									
13. Управлінські рішення				+5																					
14. Нормування																									
15. Маркетинг																									
16. Активіація																									
17. Комунікація																									
18. Оцінка (роботи)							+8																		
19. Бюджетування																									
20. Гуманізація																									
21. Делегування																									
22. Інновації																									
23. Інструктаж																									
24. Зворотній зв'язок																									
25. Розвиток людських ресурсів																									
26. Стратегічний розвиток																									

Узагальнено автором.

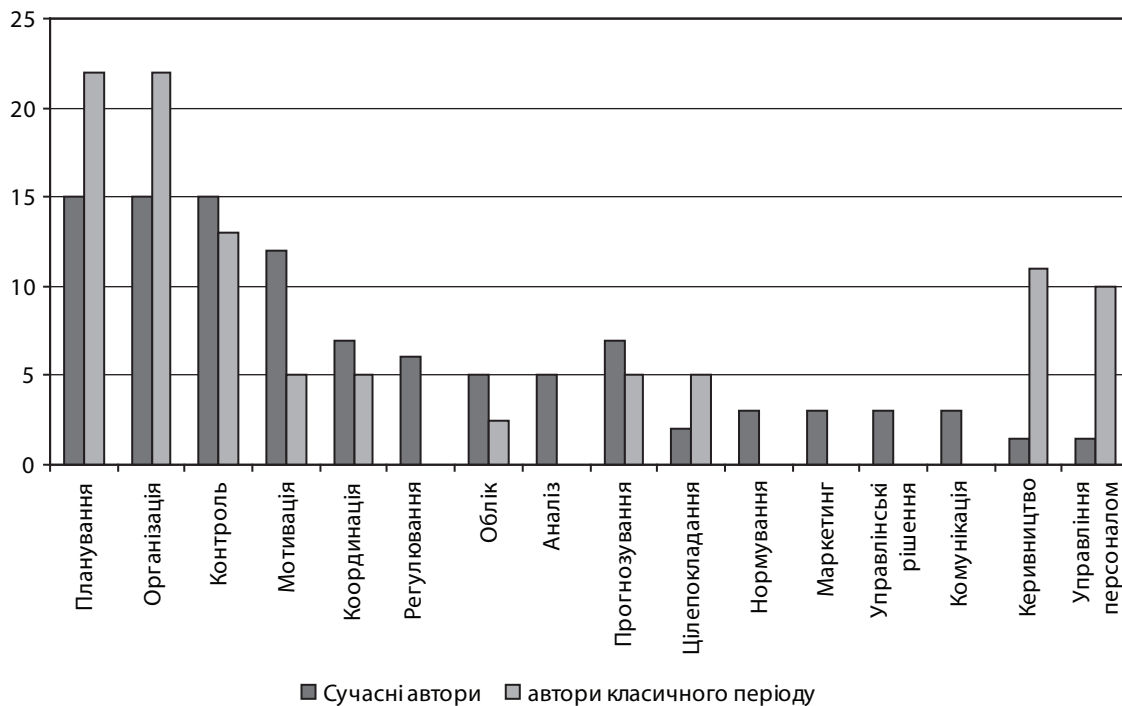


Рис. 1. Рейтинг управлінських функцій

яка містить власні методи, принципи і функції. При цьому зміни торкнулися і внутрішнього якісного змісту, через що багато авторів говорять сьогодні вже не про «управління персоналом», а про «управління людськими ресурсами». Виникають додаткові проблеми з управління персоналом, зокрема мовні й культурні бар'єри, розбіжності цінностей, поведінки, вірувань та ін.

Функція мотивації придбала вигляд морально-психологічного тиску на співробітників. Дуже часто відбувається прихована підміна особистих інтересів працівників корпоративними. Проте в більшості випадків особисті інтереси не збігаються, а інколи навіть протиставлені інтересам корпорації. Це, на думку автора, негативно позначається на психічному здоров'ї людей і моральному кліматі в колективі.

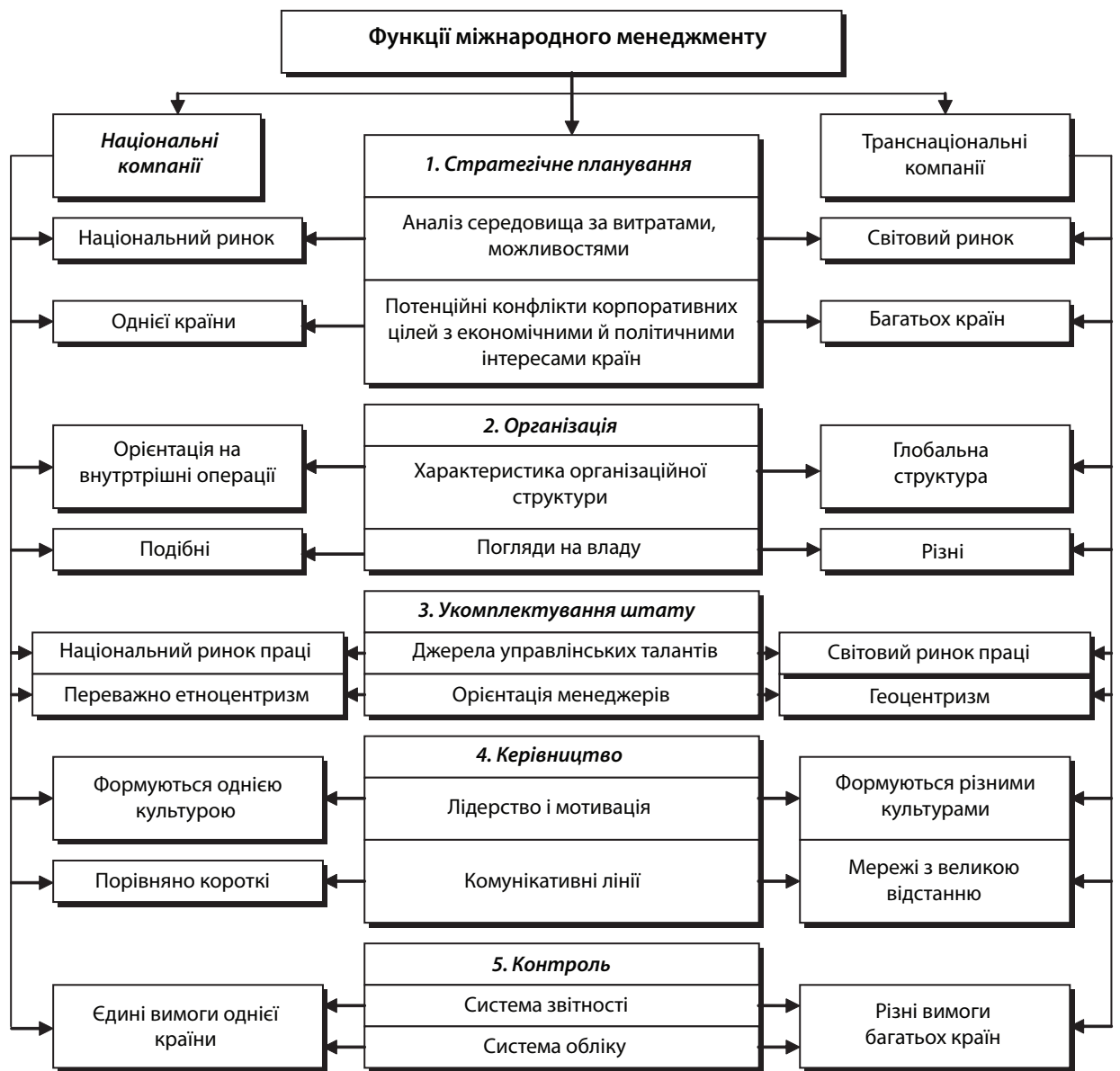
Функція контролю в великих підприємствах розділена по рівнях і підрозділах, проте, реальний контроль здійснюється не менеджерами, а так званими «корпоративними принципами» – встановленим порядком роботи, взаємовідносин, поведінки. Тобто працівники підкоряються якимсь встановленим принципам, а не впливу менеджерів. Реальний контроль в глобалізованій компанії не здійснює навіть вище керівництво, оскільки навіть воно не може змінити існуючі традиційні цілі і принципи роботи компанії. Єдиною перевагою вищого керівництва є необмежений доступ до внутрішньої інформації і можливість моніторингу всього бізнес-процесу. Значна трансформація відбулася і з функцією «керівництво», яка, на думку зарубіжних фахівців, «витіснена» більш новим і ємним поняттям «лідерство», хоча єдності думок з приводу віднесення лідерства до розряду управлінських функцій в літературі немає. Разом з тим «поза конкуренцією» і практично без будь-якого смислового коригування залишаються 4 функції

з максимальним рейтингом: планування, організація, мотивація, контроль. Ці зміни обумовлені посиленням впливу зовнішнього середовища на діяльність компаній, а також еволюцією самої управлінської діяльності.

Сутність менеджменту у міжнародних корпораціях полягає саме в тому, що він є процесом застосування управлінських концепцій та інструментів у міжкультурному середовищі та одержанні, завдяки цьому, додаткових вигід і економії часу. А об'єктом менеджменту є транснаціональні корпорації. Завдяки більш досконалому менеджменту, порівняно з національними компаніями, вони не тільки нарощують свою присутність на міжнародних ринках, але й активно впливають на розвиток міжнародного бізнесу, діяльність національних фірм на світових ринках. Функції управлінської діяльності в міжнародних корпораціях наведено на рис. 2 та в табл. 2.

Як свідчать представлені на рис. 2 дані, функції менеджменту в міжнародних компаніях мають істотні відмінності у зв'язку з діяльністю на міжнародних ринках, набором персоналу з різних країн, використанням різних систем обліку і звітності та ін. Ці обставини важливо враховувати в управлінні. Зокрема, розробляючи плани, потрібно збирати інформацію про різні ринки. Різні системи бухгалтерського обліку, що використовуються відділеннями компанії в різних країнах, потребують подальшої консолідації балансів та інших форм звітності. Розглянемо ці особливості функцій управління в транснаціональних корпораціях більш детально.

Ускладнення взаємодії із зовнішнім оточенням призвело до зростання функцій сучасного підприємства. На думку автора, у даний час з'явилася необхідність орієнтуватися на ключові оціночні критерії класифікації функцій. Одним з них є роль і значення функцій в націленості їх на досягнення місії та мети діяльності корпорації.



**Рис. 2. Порівняльна характеристика функцій менеджменту для національних і транснаціональних компаній**

Адаптовано до [16, с. 54]

Місія у всіх корпорацій, як правило, різна. Що стосується мети, то головна з них, вона ж єдина, закріплена в чинному законодавстві – отримання прибутку. На свій розсуд корпорації можуть формулювати і інші цілі в галузі підвищення рівня матеріального добробуту працівників, залучення колективу до управління корпорацією і т. д. Виходячи з цього, на думку автора, представляється можливим виділити такі функції управління, які можна віднести до загальних (рис. 3). У їх рамках детально реалізуються спеціальні функції, властиві вирішенню більш поглиблених завдань конкретної загальної функції.

*Підготовчо-креативні функції* – на цьому етапі компанія повинна стимулювати приток ідей, новацій, раціоналізаторських та інших ініціативних пропозицій, фіксувати їх, систематизувати, здійснювати їх відбір, готувати плани і процеси для їх подальшого впровадження.

*Організаційно-впроваджувальні функції* – на цьому етапі відбувається впровадження нових ідей в про-

цесі виробництва, при необхідності організація нових виробництв і нових виробничих процесів.

Третя частина функцій – *функції досягнення мети*, тобто функції, направлені на успішне завершення початого процесу, що матеріалізуються у заздалегідь наміченому результаті, тобто в досягненні мети. Це може бути отримання прибутку, підвищення конкурентоспроможності, народження нового продукту, нового процесу нового алгоритму, нового рекламного проекту, що завершується покупкою продукту, який рекламується і т. п.

Четвертий вид функцій – *інтегруюче-балансуючі функції*. Їх завдання моделювання всіх трьох етапів виробничого процесу. У зв'язку з тим, що функції та організація оплати різних категорій робітників розділились, усередині компаній виникають гострі протиріччя в частині критеріїв оцінки результатів праці та її оплати стосовно таких працівників, як генератори ідей, виробничники і збувальники. Кожен з них часто вважає себе

головною фігурою на виробництві, що шкодить досягненню максимально можливого результату.

Проте потрібно підкреслити, що всі ці функції пролизує п'ятий вид функцій, до якого відносяться *функції інформаційного забезпечення виробничої діяльності компанії* і адекватні їм *функції управління інформацією в системі всього комплексу і на рівні кожної з функцій управління компанією*.

На наш погляд, усі ці функції управління повинні пройти випробування на предмет необхідності відповідності і адекватної трансформації їх змісту, характеру і спрямованості по відношенню до виробничих стосунків, що нестримно змінюються, головними ознаками яких стають конкуренція, що загострюється, глобалізація світової економіки, різкі зміни в економічному стані різних держав, формування транснаціональних корпо-

Таблиця 2

**Порівняльна характеристика японського і американського підходу до менеджменту [15]**

<b>Японський менеджмент</b>	<b>Американський менеджмент</b>
<b>Планування</b>	
1. Довгострокова орієнтація	1. Переважно короткострокова орієнтація
2. Колективне прийняття рішень (по колу) з консенсусом	2. Індивідуальне прийняття рішень
3. Залучення багатьох людей до підготовки і прийняття рішень	3. Залучення небагатьох людей до прийняття рішень і «Продаж» рішення особам з іншими цінностями
4. Потік рішень формується знизу вгору і назад	4. Потоки рішень утворюються зверху і рухаються вниз
5. Повільне прийняття рішень і швидка їх реалізація	5. Швидке прийняття рішень, повільна їх реалізація, яка потребує компромісу, частого узгодження рішень у субординації
<b>Організація</b>	
1. Колективна відповідальність і звітність	1. Індивідуальна відповідальність
2. Неясність відповідальності за рішення	2. Ясність і конкретність відповідальності за рішення
3. Неформальні організаційні структури	3. Формальні бюрократичні організаційні структури
4. Добре відома загальна організаційна структура і філософія; відчуття конкуренції з іншими компаніями	4. Брак загальної організаційної культури, ідентифікація більше професії ніж компанії
<b>Укомплектовування штатів</b>	
1. Нові працівники комплектуються переважно з навчальних закладів, або ж знаходяться всередині компанії для заміщення вакантних посад	1. Працівники набираються як із навчальних закладів, так і інших компаній, досить часто переходячи з однієї компанії до іншої
2. Повільне просування по категоріях посад	2. Прагнення швидкого успіху
3. Лояльність компанії	3. Лояльність професії
4. Надзвичайно рідкі оцінки виконання для нових співробітників	4. Часті оцінки виконання для нових співробітників
5. Оцінка довгострокового виконання	5. Оцінка короткострокових результатів
6. Просування базується на багатьох критеріях	6. Просування ґрунтується переважно на індивідуальному виконанні
7. Тренінг і розвиток персоналу вважається довгостроковою інвестицією	7. Тренінг і розвиток персоналу сприймаються із сумнівом (як загроза плинності кадрів)
8. По життєвий найм для більшості великих компаній	8. Поширена службова невпевненість
<b>Керівництво</b>	
1. Лідер діє як соціальний полегшувач і член групи	1. Лідер діє як голова групи, що приймає рішення
2. Патерналістський стиль	2. Директивний стиль (сильний, фірмовий, визначений)
3. Загальні цінності, що полегшують співробітництво	3. Часто різні цінності, індивідуалізм, заважає інколи співробітництву
4. Уникнення конфронтації, двозначність керівництва, наголос на гармонії	4. Загальна між особова конфронтація, наголос на ясності
5. Висхідні комунікації	5. Переважно низхідні комунікації
<b>Контроль</b>	
1. Контроль парний	1. Контроль начальника
2. Фокус контролю на груповому виконанні	2. Фокус контролю на індивідуальному виконанні
3. Спасіння обличчя	3. Встановлення провини
4. Широке використання гуртків контролю якості	4. Обмежене використання гуртків контролю якості



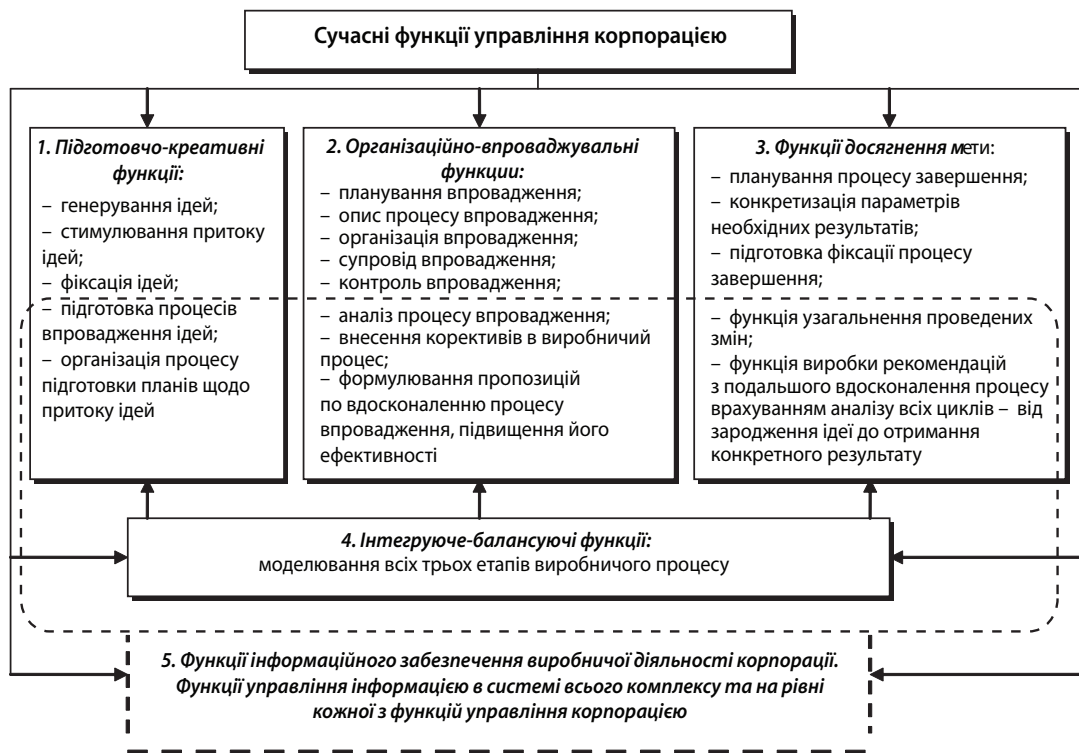


Рис. 3. Сучасні функції управління корпорацією

рацій і інших крупних альянсів. Звідси витікає, що співвідношення функцій управління доцільно аналізувати з врахуванням оцінки міри їх інформативності.

#### ВИСНОВКИ

Процеси глобалізації, активізація зовнішньоекономічних відносин призвели до значних змін в цілях, завданнях, методах і функціях управління. Ускладнення взаємодії із зовнішнім оточенням призвело до зростання функцій сучасного підприємства. На думку автора, у даний час з'явилася необхідність орієнтуватися на ключові оціночні критерії класифікації функцій. Одним з них є роль і значення функцій в націленості їх на досягнення місії і мети діяльності корпорацій. Виходячи з цього, на думку автора, представляється можливим виділити такі функції управління, які можна віднести до загальних: підготовчо-креативні, організаційно-впроваджувальні, досягнення мети, інтегруюче-балансуючі, інформаційного забезпечення виробничої діяльності компаній та управління інформацією в системі всього комплексу і на рівні кожної з функцій управління компанією. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Юхименко П. І., Гацька Л. П., Півторак М. В. та ін. Міжнародний менеджмент. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 488 с.
2. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
3. Карлоф Б. Деловая стратегия (концепция, содержание, символы) : Пер. с англ. / Науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписнов. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
4. Мельник А. Ф. Державне управління / Мельник А. Ф., Смоленський О. Ю., Васіна А. Ю., Гордієнко Л. Ю. [Текст]. –

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.pravo.vuzlib.net/book\\_z811.html](http://www.pravo.vuzlib.net/book_z811.html)

5. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление – это наука и искусство. – М., 1992. – С. 36.
6. Песиков С. Г. Развитие функций управления предприятием в условиях глобализации и информатизации рыночной экономики // Российское предпринимательство. – 2005. – № 6, Часть 1. – С. 8 – 13.
7. Менеджмент: Дайджест основных разделов и тем / Под ред. А. К. Казанцева. – СПб.: СПбГИЭА, 1997. – 175 с.
8. Классики менеджмента / Под ред. М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2001. – 1168 с.
9. Маслов Д. Укрощение энергии функционального менеджмента // Das Management. – 2010. – № 2. – С. 90 – 93.
10. Организация управления производством в капиталистических странах. – М.: Прогресс, 1972. – 344 с.
11. Hodgetts R. M. Management: theory and practice. – Philadelphia, 1975. – С. 49.
12. Дроздова Г. К. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства : Навч. посібник. – К.: Освіта, 2004. – 350 с.
13. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підручник / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – 2-ге вид. [випр., доп.]. – К.: Вид-во «Академвидав», 2007. – 464 с.
14. Саликов Ю., Сироткина Н., Саликова Е. Анализ функциональной картины современного менеджмента // Управление персоналом. – 2008. – № 17. – С. 43 – 46.
15. Knootz H., Wehrich H. Essentials of Management. – N – Y, Mc Graw – Hill p. c., 1990, p. 495.
16. Панченко Є. Г. Міжнародний менеджмент : Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. – Вид. 2-ге, без змін. – К.: КНЕУ, 2006. – 468 с.

## МОТИВАЦІЯ ТРУДА НА ТОРГОВОМ ПРІДПРИЯТТІ

ГВОЗДАРЄВА Ю. С.

Харьков

**Н**а современном этапе развития экономики становится очевидным, что ни одна система управления не сможет успешно функционировать, если не будет включать в себя эффективную систему мотивации труда (как основной компонент мотивационной сферы компании), побуждающую каждого конкретного работника (рабочего, техника, инженера, менеджера) работать производительно и качественно для достижения конкретно поставленной цели. Разработка системы мотивации труда, позволяющей в наибольшей степени соединить интересы и потребности работников со стратегическими задачами предприятия, является ключевой задачей кадровой службы.

Мотивация персонала – это тема, которая всегда актуальна. Существует множество подходов, теорий, направлений, способов решения данной задачи. Эффективность работы магазина, его товарооборот и количество прибыли во многом зависят от качества работы его сотрудников. А для того, чтобы сотрудники действительно качественно выполняли свои обязанности, необходимо создать благоприятные условия труда, то есть проводить комплексное стимулирование и мотивацию персонала.

*Цель* написания данной статьи – проанализировать особенности системы мотивации работников торговых предприятий. Рассмотрение данной проблемы посвящены работы следующих авторов: А. Маслоу, Д. МакКлелланд, К. Альдерфер, Ф. Герцберг, В. Врум, Дж. Адамс, Э. Локка и другие [5].

Прежде всего хотелось бы пояснить, что представляют собой данные понятия и в чем отличия между ними. Стимулирование персонала – это внешние рычаги активизации персонала. То есть побуждение с помощью материальной заинтересованности. К методам стимулирования, например, можно отнести: бонусные выплаты в зависимости от персонального вклада, премия за отсутствие прогулов, льготное питание, дополнительные выходные дни, оплачиваемый отпуск, подарки, и так далее. То есть, стимулирование это дополнительные условия поощрения сотрудников. Кстати в качестве стимулов используют не только поощрительные системы, но и наказывающие, например, лишение бонусов и премий, снижение суммы заработной платы за прогулы, вычитание денежных средств из зарплаты в качестве компенсации за нарушение должностных инструкций, повлекшее траты компании и тому подобное.

В частности, система мотивации, разработанная в компании, торгующей в розницу, будет сильно отличаться от системы, принятой в оптовой компании: активные продажи требуют иных стимулов, нежели сбыт.

От менеджеров требуется разное трудовое поведение, у них различные задачи и функции, разные критерии эффективности. Поэтому первым требованием к системе мотивации следует назвать учет функциональных обязанностей, которые выполняют сотрудники отдела.

**С**уществует ряд концепций того, как с помощью удовлетворения потребностей можно влиять на деловую активность людей. Их знание необходимо менеджеру для лучшего понимания, что движет подчиненными, и использования некоторых элементов в практике. Патерналистская концепция мотивации предполагает, что люди готовы выполнить свою работу в зависимости от степени удовлетворенности ею и вознаграждением, величина которого зависит не от поведения, а от членства в организации.

Все это делает привлекательной работу в ней, снижает текучесть кадров, однако не оказывает прямого воздействия на производительность, поэтому в конечном счете малоэффективно. В соответствии с теорией иерархии потребностей американского социолога А. Маслоу люди постоянно испытывают различные потребности, которые можно объединить в группы, находящиеся в иерархическом отношении друг к другу. Маслоу выделил пять таких групп и расположил их в виде пирамиды. Модель Маслоу имеет такую форму, поскольку, чем более высокое место занимают потребности в иерархии, тем для меньшего числа людей они становятся реальными мотиваторами поведения [1].

Автор двухфакторной модели Ф. Герцберг показал, что мотивирует на практике не только удовлетворенность, но и неудовлетворенность тех или иных потребностей. Причем нарастание одной и убывание другой являются самостоятельными процессами, а поэтому факторы, влияющие на один из них, совершенно не обязательно должны воздействовать на другой.

Теория справедливости Дж. Адамса утверждает, что на мотивацию человека в значительной степени влияет справедливость оценки его текущей деятельности и ее результатов как по сравнению с предыдущими периодами, так и, что самое главное, с достижениями других людей. Если человек видит, что к нему подходят с той же меркой, что и к остальным, он чувствует себя удовлетворенным и будет проявлять активность и наоборот.

При этом чувство неудовлетворенности может возникнуть даже при высоком абсолютном уровне вознаграждения, а о низком и говорить не приходится.

Теория постановки целей Э. Лока исходит из того, что люди в той или иной степени воспринимают цель организации как свою собственную и стремятся к ее достижению, получая удовлетворение от выполнения требующейся для этого работы.

Причем ее результативность во многом определяется такими характеристиками целей, как привержен-

ность человека к ним, их приемлемость, сложность и т. п. [4].

В целом современными принципами мотивации считаются:

- ✦ создание атмосферы взаимного доверия, обратная связь;
- ✦ сохранение занятости;
- ✦ предоставление новых возможностей для продвижения в должности и проч.;
- ✦ защита здоровья и обеспечение благоприятных условий труда;
- ✦ справедливое распределение доходов и эффекта;
- ✦ возрастание премиальной части оплаты труда.

На практике все эти формы используются совместно в той или иной пропорции в зависимости от характера организации и специфики внутренних процессов в ней. В заключение хотелось бы еще раз отметить, что при формировании системы мотивации важно рассчитывать стимулы следующим образом: чтобы они опирались на цели компании и ее стратегию; чтобы они порождали в сотрудниках именно то поведение, которое от них ожидается; чтобы они были бы понятными, объективными и прозрачными; чтобы они были бы достижимыми, но достижимыми не без труда.

Только в случае соблюдения всех четырех критериев одновременно разработанная система мотивации будет работать и принесет компании ожидаемую пользу.

**В**торым требованием к эффективной системе является ее прозрачность и объективность: в случае если персоналу будет непонятно или неизвестно, за что их поощряют и как они могут влиять на размер своей заработной платы. Если критерии оценки их деятельности не объективны, а критерии постоянно меняются, мотивационный эффект не будет достигнут.

Система мотивации всегда складывается из двух основных блоков: материального и нематериального стимулирования.

Нематериальное стимулирование направлено на повышение лояльности сотрудников к компании одновременно со снижением издержек по компенсации сотрудникам их трудозатрат. Под нематериальными понимаются такие поощрения, которые не выдаются сотруднику в виде наличных или безналичных средств, однако могут требовать инвестиций со стороны компании. Основной эффект, достигаемый с помощью нематериального стимулирования, – это повышение уровня лояльности и заинтересованности сотрудников в компании [3].

**Стимулы, требующие инвестиций со стороны компании:**

- *Поздравления с днем рождения* (список именинников на информационном стенде, «теплые» слова, поздравления, подарок от всех сотрудников («в складчину»)). Важно, чтобы именинника от лица компании поздравлял один из топ-менеджеров компании.
- *«Витрина успехов» или «доска почета»*. Можно также вывешивать вырезки из газет, где положительно отмечается работа сотрудников компании. Особенно хорошо, если достижения связываются с целями и планом компании на текущий год.

- *«Листок позора»* с именами тех, кто допустил сбой в работе, грубо или злостно нарушал стандарты, принятые в компании. В последнем случае можно вывешивать таблицу: «Ситуация – как поступил сотрудник «Н.» – как следовало поступить». Таким образом, «листок позора» дает формализованную обратную связь и позволяет другим учиться на чужих ошибках. Имена и фамилии в «листке позора» лучше шифровать, чтобы не нанести слишком сильный удар по самолюбию сотрудника.

- *Вымпелы и кубки* лучшему продавцу, лучшему подразделению продаж, лучшей связке «менеджер – торговый представитель», лучшему наставнику и т. п. Эффективно, когда критерии присуждения вымпела или кубка объективны, достижимы и известны всем.

- *«Легенды компании»* – сотрудники, давно работающие в компании и внесшие значительный вклад в ее становление и развитие или являющиеся «лицом» компании.

- *Прописанные критерии и этапы горизонтального и вертикального карьерного роста* (карьерная лестница, цепочка разрядов в рамках одной должности). Назначение опытного сотрудника наставником новичку также может рассматриваться как вариант карьерного роста.

- *Система адаптации персонала* – дает новому сотруднику представление о компании, критериях успешного прохождения испытательного срока и о программе его действий на этот период. Наставник помогает новичку освоиться на новом месте. Все это повышает чувство защищенности у работника и помогает формировать лояльность сотрудников, начиная с первых дней работы в компании.

- *Включение сотрудников в процесс принятия решений*. Опросы, анкетирование, обсуждение с сотрудниками стратегических планов или информирование об их сути, рассмотрение их предложений.

**Т**радиционно выделяют три группы нематериальных стимулов: не требующие инвестиций со стороны компании; требующие инвестиций и распределяемые безадресно, а также требующие инвестиций компании и распределяемые адресно. Ниже приведен перечень наиболее часто используемых нематериальных стимулов по этим трем группам.

**Стимулы, требующие инвестиций, распределяемые безадресно:**

Главным образом подобные стимулы «работают» на повышение качества трудовой жизни. Сюда же относятся усилия компании по организации внутрифирменного обучения и корпоративных праздников.

- Организация питания за счет компании.
- Обеспечение работников проездными билетами.
- Предоставление формы, спецодежды на конкретных рабочих местах.
- Организация качественного медицинского обслуживания.
- Улучшение организационно-технических условий на рабочих местах. Сюда относятся: модернизация основных средств (компьютер, автомобиль и др.), со-

вершенствование условий труда (кондиционирование, отопление, освещение).

- Организация обучения (как внутри, так и вне компании).

- Корпоративные праздники. День основания организации, Новый год, профессиональные и другие праздники, которые принято отмечать в компании. Важно, чтобы кроме развлекательной программы была предусмотрена и официальная часть, посвященная успехам компании и сотрудников.

- Предоставление некоторым категориям сотрудников (студентам, пенсионерам, молодым матерям) права на «льготный» рабочий день. Укороченный рабочий день, неполная рабочая неделя, скользящий или гибкий график [2].

**Б**есспорно, в каждой компании действует та или иная система мотивации персонала. Основной задачей мотивационной системы является идентификация целей личности с целями организации. Однако каждая из таких систем, как правило, имеет определенные недостатки или «узкие места», которые

препятствуют реализации, как целей фирмы, так и удовлетворению самих работников.

Поэтому исследование и анализ каждой конкретной системы мотивации персонала компании позволяют определить достоинства этой системы, а, самое главное, выявить ее недостатки, которые в последствии можно устранить. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

**1. Маслоу А.** Мотивация и Личность.– Спб. : Издательство «Евразия», 1999.

**2. Комарова Н.** Мотивация труда и повышение эффективности работы // Человек и труд.– 1997.– № 10.– С. 12 – 15.

**3.** Материальное и нематериальное стимулирование персонала.– [Электронный документ].– Режим доступа: <http://www.zarplata.ru/a-id-2111.html>

**4.** Система мотивации персонала // Консультант директора.– [Электронный документ].– Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/people/most.shtml>

**5.** Теории мотивации персонала.– [Электронный документ].– Режим доступа: <http://nansysan.narod.ru/index97.html>

## МЕТОДИКА ФОРМУВАННЯ АД'ЕКТИВНИХ РІШЕНЬ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ КОНТРОЛІНГУ

ЧОБИТОК В. І.

здобувач

Харків

У сучасних умовах питання використання потенціалу конкурентоспроможності підприємств є актуальними тому, що забезпечення потенціалу конкурентоспроможності підприємств є багатоцільовою і багатоплановою проблемою, оскільки кінцевий результат залежить від якості рішень, що приймаються.

Забезпечення відповідного рівня потенціалу конкурентоспроможності підприємства є складним багато-параметричним завданням, потрібно розробити довгострокову стратегію розвитку машинобудівного комплексу, що буде забезпечувати завоювання ринків, це, у свою чергу, припускає розробку відповідної методики.

Таким чином, стратегії, що розробляються підприємством, повинні враховувати не лише потреби клієнтів, але і стратегії конкурентів. Більше того, розробка нових товарів, створення економічних планів і аналіз результатів роботи підприємства повинні проводитися з урахуванням наявності існуючих потенційних конкурентів, у зв'язку з чим потрібний набір алгоритмів і методів для ефективного ведення конкурентної боротьби і аналізу позицій конкурентів.

Дослідженню питання сутності контролінгу присвячено ряд робіт вітчизняних і закордонних вчених-економістів, таких як: М. М. Алексеева [1], Ю. П. Аніскіна [2], О. В. Ареф'євої [3], В. А. Дикань [5], А. М. Карминський [6], А. Г. Оленев [6], В. В. Прохорова [8], Н. В. Сабліна [8], А. Дайле [4], Р. Манн [7], Э. Майер [7] та ін.

Незважаючи на широкий спектр питань, охоплених дослідженням, недостатньо опрацьованими як у зарубіжній, так і у вітчизняній літературі залишаються питання: моделювання прийняття управлінських рішень у системі управління потенціалом конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах контролінгу.

Метою статті є формування методики ад'єктивних рішень в системі управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу.

Методика формування ад'єктивних рішень у системі управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу є інструментом, що дозволяє отримати прогностичні оцінки їх ефективності. На *першому етапі* проводиться обчислення показників оцінки стану потенціалу конкурентоспроможності за модельними даними найкращих імітаційних експериментів для машинобудівних підприємств. На *другому етапі* обчислюється інтегральні таксономічні показники потенціалу конкурентоспроможності машинобудівних підприємств за модельними даними *i*-го імітаційного експери-

менту. На *третьому етапі* проводиться обчислення відхилень реальних та модельних інтегральних показників потенціалу конкурентоспроможності машинобудівних підприємств для експериментів. На *четвертому етапі* визначаються найбільш ефективні імітаційні експерименти за критерієм максимальності відхилень модельних інтегральних показників від їх реальних значень.

За результатами імітації були обрані найбільш ефективні за рейтингом експерименти. Далі обрані управлінські рішення, що відповідали кращим експериментам, були перевірені на ефективність з точки зору їх впливу на такі складові як виробничий, фінансовий, кадровий, інвестиційно-інноваційний, науково-технічний, управлінський та маркетинговий потенціал конкурентоспроможності, що дозволило здійснити остаточний вибір найбільш ефективних заходів щодо підвищення потенціалу конкурентоспроможності машинобудівних підприємств. На *п'ятому етапі* проводиться визначення управлінських рішень за найбільш ефективними імітаційними експериментами

**П**роцедура оцінювання адекватності моделі включає два взаємопов'язані процеси – верифікації і оцінки придатності (валідації). Під верифікацією розуміють перевірку того, чи відображає імітаційна модель і її частини досліджувану систему так, як задумано розробником, і того, наскільки точно машинна програма відтворює концептуальну модель.

Оцінка придатності (валідація) моделі пов'язана з визначенням ступеня відповідності моделі реальній системі з урахуванням цілей її розробки.

Складність оцінки моделі полягає в тому, що немає сталої методології верифікації і оцінки придатності, яка гарантувала б довіру до машинних результатів. Багато методів залежать від специфіки вирішуваної проблеми. Крім того, процес оцінки, як правило, багатокритеріальний, а єдиної системи критеріїв для нього також не існує.

Отже, оцінимо побудовані імітаційні моделі за двома напрямками – щодо відповідності моделей задуму розробника та щодо відповідності реальній системі, що моделюється.

З точки зору верифікації моделі робимо висновок, що побудовані імітаційні моделі повністю відображують процедури концептуальних основ управління потенціалом конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на засадах контролінгу. Метою побудови імітаційних моделей є дослідження системи та прогнозування ефективності заходів щодо підвищення потенціалу конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на базі розроблених імітаційних моделей.

Для моделювання управлінських впливів, визначених для даного підприємства, необхідно з побудованими імітаційними моделями провести серію імітаційних експериментів. Для планування імітаційних експериментів з моделлю використовуємо основні положення планування та обробки імітаційних експериментів.

Планування експериментів можна розглядати як кібернетичний підхід до організації і проведення дослідження складних об'єктів та систем. Планування переслідує дві основні мети:

- ★ скорочення загального обсягу випробувань при збереженні вимог до вірогідності і точності оцінок;
- ★ підвищення інформативності кожного з експериментів.

*Експериментом* називається серія цілеспрямованих випробувань, яка дозволяє отримати оцінку досліджуваної характеристики.

Пошук плану експерименту проводиться у так званому факторному просторі.

*Факторний простір* – це множина зовнішніх та внутрішніх параметрів моделі, значення яких дослідник може контролювати або задавати при підготовці та проведенні модельного експерименту.

Значення факторів зазвичай називають *рівнями*, оскільки вони можуть представляти як кількісні, так і якісні характеристики системи. Якщо при проведенні експерименту дослідник може змінювати рівні факторів, такий експеримент зветься *активним*, а інакше – *пасивним*.

Як правило, план експерименту будується відносно одного (головного) скалярного відгуку системи – змінної спостереження  $y$ . При цьому припускається, що значення відгуку, отримане у ході експерименту, складається з двох складових:

$$y = f(x) + e(x),$$

де  $f(x)$  – функція відгуку;

$e(x)$  – похибка експерименту (випадкова величина);

$x$  – точка у фазовому просторі, тобто сполучення рівнів факторів.

Існує два основні варіанти постановки задачі планування імітаційного експерименту:

1) *стратегічне планування* – із усіх припустимих обрати такий план, який дозволив би отримати найбільш вірогідні значення функції відгуку при фіксованій кількості випробувань;

2) *тактичне планування* – обрати такий припустимий план, при якому статистична оцінка функції відгуку може бути отримана із заданою точністю при мінімальній кількості випробувань.

**П**ри стратегічному плануванні експериментів необхідно розв'язати два завдання: ідентифікація факторів; вибір рівнів факторів.

Під ідентифікацією факторів розуміється їх ранжування за ступенем впливу на значення змінної спостереження. За результатами ідентифікації усі фактори доцільно розділити на первинні та вторинні. *Первинні* – це ті фактори, у дослідженні впливу яких експериментатор зацікавлений безпосередньо. *Вторинні фактори* – це фактори, які здійснюють вплив, але не є предметом дослідження.

Вибір рівнів факторів проводиться з урахуванням двох протилежних вимог: рівні мають заповнювати весь можливий діапазон його зміни; загальна кількість рівнів по усіх факторах не повинна приводити до надмірного обсягу моделювання. Пошук компромісного рішення, яке задовольнить цим вимогам, є завданням стратегічного планування [8].

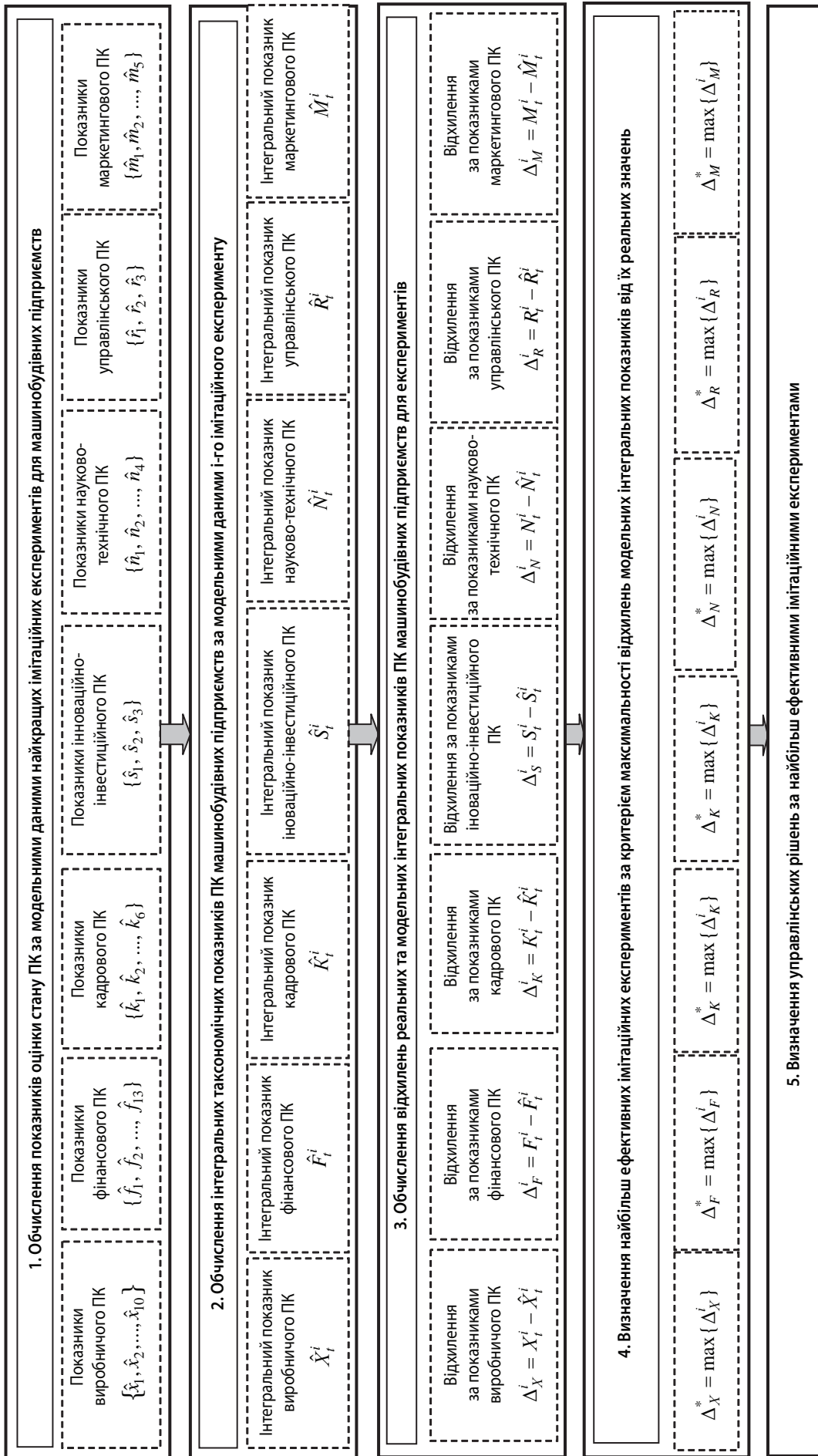


Рис. 1. Етапи методики формування ад'єктивних (управлінських) рішень в системі управління потенціалом конкурентоспроможності (ПК) підприємств на засадах контролю

Одним зі зручних способів вибору експериментальних точок є такий. Рівні факторів у експерименті беруть симетричним відносно основного рівня. Залежно від виду функції відгуку  $y = f(x)$  дослідник може мати різну апіорну інформацію про область можливих значень факторів. Якщо у дослідника є інформація лише про одну точку і немає інформації про межі зміни факторів, то слід узяти цю точку в якості основного рівня. Якщо межі зміни факторів відомі досліднику, то в якості основного рівня можна обрати будь-яку точку факторного простору.

Вплив результатів прийняття рішення щодо підвищення потенціалу конкурентоспроможності машинобудівних підприємств за найкращими експериментами для кожного підприємства на зміну складових. Для цього запропоновано методичний підхід до моделювання управлінських рішень з використанням механізму управління потенціалом конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах контролінгу (рис. 1).

### ВИСНОВКИ

Таким чином, розробка методики формування адекватних (управлінських) рішень у системі управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств на засадах контролінгу і проведення на її основі імітаційних експериментів, які полягали у формуванні управлінських впливів, дозволили отримати прогнозні оцінки їх ефективності. За результатами імітації були обрані найбільш ефективні за рейтингом експерименти. Далі обрані управлінські рішення, що відповідали кращим експериментам, були перевірені на ефективність з точки зору їх впливу на такі складові, як виробничий, фінансовий, кадровий, інвестиційно-інноваційний, нау-

ково-технічний, управлінський та маркетинговий потенціал конкурентоспроможності, що дозволило здійснити остаточний вибір найбільш ефективних заходів щодо підвищення потенціалу конкурентоспроможності машинобудівних підприємств. ■

### ЛІТЕРАТУРА

1. **Алексеева М. М.** Планирование деятельности фирмы: учеб.-метод. пособ. / М. М. Алексеева.– М. : Финансы и статистика, 1997.– 246 с.
2. **Анискин Ю. П.** Планирование и контроллинг : учеб. по спец. «Менеджмент организации» / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова.– М. : Омега-Л, 2003.– 278 с.
3. **Ареф'єва О. В.** Історія виникнення контролінгу та сутність контролінгу бізнес-процесів / О. В. Ареф'єва, Л. Л. Дякон // Актуальні проблеми економіки.– 2006.– № 8(62).– С. 165 – 171.
4. **Дайле А.** Практика контроллинга / А. Дайле, пер. с нем. под ред. и с предисл. М. Л. Лукашевича, Е. Н. Тихоненковой.– М. : Финансы и статистика, 2001.– 336 с.
5. **Дикань В. Л.** Контролінг в сучасній системі управління підприємством / В. Л. Дикань, Ю. А. Плугіна // Вісник економіки транспорту і промисловості : Зб. наук. праць.– Харків : УкрДАЗТ, 2009.– № 25.
6. **Майер Э.** Контроллинг как система мышления и управления / Э. Майер ; под ред. С. А. Николаевой; пер. с нем.– М. : Финансы и статистика, 1993.– 96 с.
7. **Манн Р.** Контроллинг для начинающих. Система управления прибылью / Р. Манн, Э. Майер.– М. : Финансы и статистика, 2004.– 301 с.
8. **Прохорова В. В.** Контролінг в управлінні витратами підприємств [Монографія] / В. В. Прохорова, Н. В. Саблина.– Х. : УкрДАЗТ, 2010.– С. 96.



## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕДИАКОМБИНАЦИЙ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ РЕКЛАМНЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

**ЧУМАЧЕНКО И. В.**

*доктор технических наук*

**МОЖЕВЕНКО Т. Ю.**

**Харьков**

**В** связи с появлением рыночных отношений для многих предприятий изменились условия их существования. Заметное увеличение рыночного предложения обусловило появление большого количества компаний, которые предлагают потребителям аналогичные по своему назначению товары и услуги. Конкуренция между предприятиями стремительно растёт, порождая жесткую борьбу между отечественными и зарубежными производителями независимо от масштабов и сферы их деятельности. Для того, чтобы в буквальном смысле выжить в этих условиях, предприятия вынуждены укреплять свои позиции на рынках товаров и услуг.

В условиях такой конкурентной борьбы одним из ключевых факторов в достижении коммерческого успеха являются рекламные коммуникации предприятия с внешней средой. Важное место в осуществлении маркетинговых коммуникаций занимает формирование оптимального набора каналов распространения рекламной информации. Причем выбор каналов рекламных коммуникаций является настолько важным, что этими вопросами занимается отдельное направление прикладной науки – медиапланирование.

Ранее рекламодатели считали, что медиапланирование – это ненужный грамотному бизнесмену инструмент, придуманный на Западе большими рекламными агентствами для выкачивания денег из богатых клиентов, но на сегодняшний день медиапланирование является мощным инструментом прогнозирования и анализа рекламной деятельности предприятия, без знания которого работать на рынке рекламы в настоящее время невероятно сложно, а завтра будет просто невозможно.

В настоящее время медиапланирование представляет собой процесс формирования системы каналов доставки рекламных анонсов получателям рекламной информации. За счёт решения основных вопросов медиапланирования, а именно: достижения оптимального количества контактов рекламного анонса с потребителями товара данной категории, а также достижения максимального охвата целевой аудитории предприятия могут в значительной мере укрепить свои позиции на рынке, а также достичь других целей своей деятельности.

Когда речь идёт о медиапланировании, то имеется в виду оптимальное планирование рекламного бюджета при выборе каналов размещения рекламы. Профессионально составленный медиаплан необходим для достижения максимальной эффективности рекламной кампании.

**В** связи с этим правильный выбор наиболее эффективных средств передачи рекламного анонса обеспечивает эффективность самих рекламных коммуникаций, а следовательно и всей рекламной кампании предприятия в целом. От правильного решения данной проблемы зависит сколько потенциальных потребителей достигнет рекламное обращение, какие будут израсходованы средства на рекламу и на сколько эти расходы будут эффективными. Фактор выбора средств распространения рекламных анонсов является решающим при определении бюджета на проведение рекламной кампании.

В результате необходимо отметить, что для рекламодателя чрезвычайно важно, чтобы средства, израсходованные на размещение рекламы их товаров, дали максимум результата. При этом понятно, что эффект от размещения рекламы будет обеспечен не количеством выходов рекламного анонса на отдельных медианосителях, а тем, сколько зрителей встретится с этой рекламой.

Авторы большинства публикаций, посвящённых проблемам медиапланирования не уделяют достаточного внимания способам решения задачи оптимального использования рекламного бюджета во время проведения рекламных кампаний.

На современном этапе используются модели оптимального распределения рекламного бюджета. На наш взгляд необходимо обратить внимание на наиболее обоснованные и приемлемые из них. Модель, предложенная Е. В. Раевневой и К. В. Тоневой [1], где авторы предлагают вместе со средствами массовой информации (далее СМИ) добавить выставки и прямую почтовую рассылку, тем самым отождествляя их со СМИ, на наш взгляд имеет ряд недостатков.

Не до конца ясно содержание критерия оптимизации распределения средств рекламного бюджета, который выражается целевой функцией. Она представляет собой линейный функционал, в котором переменными являются объёмы рекламных средств (единиц). Значения постоянных коэффициентов при этих переменных – количество лиц, охватываемых рекламным сообщением. Причём авторы не уточняют, что следует понимать под объёмом телевизионных или радиоканалов, а из приведённого ими примера расчёта получается, что для печатных изданий под объёмом подразумевают площадь в см<sup>2</sup>, для выставок – их количество.

Предложенная ими модель не позволяет регламентировать ни целесообразное количество повторений рекламного анонса, ни объём каждого из них. Эта объективная особенность реальных условий процесса планирования рекламных коммуникаций, к сожалению, никак не учитывается и не регламентируется предложенной моделью.

Более обоснованной с концептуальной точки зрения представляется целевая функция в модели оптимизации средств рекламного бюджета между каналами телевидения, предложенной также В. Демьяненко и С. Потапенко. [2] Она предполагает в качестве критерия оптимальности размещения средств бюджета использование максимизации количества зрителей в ходе рекламной кампании.

Кроме того, к достоинствам данной модели следует отнести попытку учесть не только доступные для размещения рекламы телеканалы, но и количество временных периодов, в течение которых может быть размещён рекламный анонс, а также количество анонсов.

Вместе с тем, предложенная модель имеет существенные недостатки, которые, по нашему мнению, состоят в следующем.

Логика построения целевой функции, предполагает такое размещение средств, которое бы максимизировало уровень охвата целевой аудитории. Для этого в целевую функцию включен параметр расчетного числа телезрителей каждого телеканала в каждом временном интервале. Такая логика в целом не вызывает возражений, поскольку соответствует целям рекламных коммуникаций и медиапланирования, в частности. Но следует помнить что, рост уровня охвата предполагает достижение не повторных, а новых рекламных контактов (то есть с телезрителями, еще не видевшими рекламного анонса) при повторениях рекламного анонса, будь-то при использовании разных телеканалов или времени его экспозиции.

Параметр же «расчетного числа телезрителей каждого телеканала в каждом временном интервале» не содержит никакой информации о том, сколько новых контактов с телезрителями достигается. Совсем не исключено, что в результате такой рекламной кампании часть зрителей увидит рекламный анонс много раз, а значительная часть целевой аудитории ни разу. И установить это соотношение, а тем более планировать достижение желательной динамики роста уровня охвата с помощью предложенной модели не представляется возможным, а следовательно такое распределение средств на рекламу нельзя признать оптимальным.

**Т**аким образом, обобщая результаты рассмотрения данных моделей можно сделать главный вывод, который состоит в следующем: предложенные методические подходы к решению проблемы осуществления рекламных коммуникаций предприятия с рынком имеют ряд недостатков и не имеют окончательного методического ее решения.

В связи с этим для повышения эффективности процесса рекламных коммуникаций предлагается разработка математической модели, адекватной процессу принятия совокупности решений о распределении

средств рекламного бюджета между имеющимися медиакомбинациями. Медиакомбинация представляет собой совокупность определённых элементов рекламного носителя, а именно:

- ✦ тип СМИ: телевидение, радио периодическая печать;
- ✦ вид СМИ: Интер, ОРТ, 1+1 и т. д.;
- ✦ «место», на котором может быть размещен анонс в данном виде СМИ: утро, день, вечер, часть площади полосы печатного издания и т. д.
- ✦ количество повторений анонса в данном СМИ: 1, 2, 3 ... *n*.

Все возможные сочетания значений каждого из элементов и их состояний, образуют набор «уникальных» (учитывающихся только один раз) медиакомбинаций (см. далее  $x_{ijk}$ ) в отношении использования каждой из которых могут быть приняты решения о размещении рекламного анонса, обоснованные с точки зрения экономической целесообразности. Каждая медиакомбинация, помещаемая в модель, составляется на основании исследования медиапредпочтений целевой аудитории.

При решении задачи составления оптимального медиаплана ресурсом, распределяемым между медиакомбинациями, являются средства рекламного бюджета. Однако процесс распределения средств происходит в точном соответствии с распределением другого ресурса – определённого количества решений об использовании медиакомбинаций для размещения рекламных анонсов. Именно следствием каждого из таких решений является распределение части рекламного бюджета в данную медиакомбинацию медианосителей в размере стоимости ее использования.

**К**оличество возможных медиакомбинаций представляет собой количество возможных вариантов размещения анонса и, соответственно, количество возможных решений. Решение об использовании той или иной медиакомбинации принимается на основании исследований медиапредпочтений целевой аудитории, а медиапредпочтения в свою очередь создают условия для осуществления рекламного контакта с определённой вероятностью его наступления. Рассмотрим подробнее последнее утверждение.

Вряд ли вызывает сомнение тот факт, что природа подавляющего числа рыночных процессов имеет вероятностный характер. Согласно этой точке зрения рекламные коммуникации предприятия с внешней средой также можно рассматривать как вероятностный процесс и с позиций теории вероятности контакт рекламного анонса с каждым представителем целевой аудитории может состояться с определённой вероятностью или не состояться. Контакт рекламного анонса с представителями целевой аудитории является случайным событием, а процесс формирования уровня осведомленности целевой аудитории является вероятностным процессом [3].

Исходя из существующей задачи максимизации уровня охвата целевой аудитории в условиях ограниченных средств, решающим правилом использования медиакомбинации должно служить сравнение эффективности каждого решения для решения общей задачи.

Задача максимизации уровня охвата целевой аудитории при ограниченном бюджете может считаться выполненной при нахождении такого набора решений, которые позволят максимизировать сумму вероятностей новых контактов с целевой аудиторией с наименьшими затратами. Таким образом, с учетом необходимых ограничений, может быть предложена математическая модель и представлена следующим образом:

$$f(x) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^l \frac{p_{ijk}}{c_{ijk}} \cdot x_{ijk} \rightarrow \max$$

$$\begin{cases} \sum_{k=1}^l x_{ijk} \leq 1, & (j = \overline{1, n}; i = \overline{1, m}) \\ \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n \sum_{k=1}^l c_{ijk} \cdot x_{ijk} \leq B \\ x_{ijk} \geq 0, & (i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}; k = \overline{1, l}) \\ x_{ijk} - \text{целочисленные,} & (i = \overline{1, m}; j = \overline{1, n}; k = \overline{1, l}) \end{cases}$$

где  $x_{ijk}$  – целочисленная двоичная переменная, количественно отражающая факт принятия или непринятия решения об использовании комбинации;

$p_{ijk}$  – вероятность нового контакта с целевой аудиторией каждой медиакомбинации;

$c_{ijk}$  – суммарные затраты на использование медиакомбинации;

$i$  – средство массовой информации;

$j$  – место в СМИ (утро, вечер, полоса печатного издания и т. п.);

$k$  – индекс медиакомбинаций с разным числом повторений.

$m$  – количество медиакомбинаций в конкретном СМИ;

$n$  – количество медиакомбинаций в СМИ на конкретном месте;

$l$  – количество медиакомбинаций с разным числом повторений рекламного анонса в каждом СМИ;

$B$  – рекламный бюджет.

**Э**кономически обоснованное решение об использовании каждой возможной медиакомбинации в ходе рекламной кампании означает расходование каждой гривны рекламного бюджета таким образом, чтобы максимизировать вероятность прироста доли новых осведомленных. С этих позиций критерием оптимизации состава действий по размещению рекламных анонсов в СМИ в условиях многовариантности должен служить показатель максимизации суммарной вероятности новых контактов с целевой аудиторией в расчете на одну денежную единицу рекламного бюджета.

Соотношение выступает в качестве критерия принятия решений в отношении каждой медиакомбинации и остается величиной постоянной для каждой медиакомбинации, и с точки зрения формализации задачи представляет собой постоянный коэффициент, количественно характеризующий её эффективность.

Именно использование уникальных медиакомбинаций для составления модели оптимизации и именно такое планирование и распределение бюджета позволит решить три взаимосвязанные между собой задачи:

- ✦ вибор носителя рекламного повідомлення;
- ✦ вибор комбінації цих носіїв;
- ✦ вибор календарного періоду виходу рекламного повідомлення, то єсть які саме носії інформації будуть включені в модель і в якій комбінації.

**С**ложность решения этих задач заключается в ограниченности рекламного бюджета. Если бы рекламный бюджет не был ограничен, постановки проблемы не существовало бы в принципе. Поэтому решение этих задач с уже известным сочетанием носителей информации (не с просто известным временем выхода рекламного анонса, а с известными короткими промежутками времени выхода рекламного сообщения в СМИ), является достаточно сложным, но преодолимым при условии использования предложенной модели. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. **Раєвська Е. В.** Модель ефективного розподілу обсягу асигнувань на рекламу / Е. В. Раєвська, К. В. Тоньва // Маркетинг в Україні.– 2004.– № 3.– С. 24 – 26.
2. **Дем'яненко В. В.** Оптимізація розподілу бюджету рекламної кампанії для поширення рекламних повідомлень / В. В. Дем'яненко, С. П. Потапенко // Маркетинг в Україні.– 2003.– № 3.– С. 10 – 12.
3. **Айвазян С. А.** Прикладная статистика. Основы моделирования и первичная обработка данных. Справочное издание / С. А. Айвазян, И. С. Енюков, Л. Д. Мешалкин.– М. : Финансы и статистика, 1983.– 471 с.
4. **Шарков Ф. И.** Коммуникология. Коммуникационный консалтинг. Учебное пособие / Ф. И. Шарков.– Дашков и Ко.– 2011.– 408 с.
5. **Бузин В. Н.** Медиапланирование для практиков / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина.– СПб. : Вершина, 2008.– 443 с.
6. **Медведева Е. В.** Рекламная коммуникация / Е. В. Медведева.– 3-е изд.– М. : URSS, 2008.– 277 с.
7. **Оленина Е. Ю.** Определение наиболее эффективных средств рекламы / Е. Ю. Оленина, И. Зинченко, Е. Новиков // Маркетинговые исследования в Украине.– 2005.– № 3(10).– С. 66 – 69.
8. **Огилви Д.** Огилви о рекламе / Д. Огилви ; пер. с англ. А. Гостева и Т. Новиковой.– М. : Эксмо, 2007.– 283 с.

## ВИЗНАЧЕННЯ ОЗНАК КУЛЬТУРИ АДАПТИВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

МОЗГОВА О. О.

аспірантка

ОЛІЙНИК Т. В.

аспірантка

Харків

Основними елементами корпоративної культури є цінності, які поділяються членами організації, сформовані традиції, звичаї, встановлені норми, правила і принципи, що регламентують поведінку співробітників всіх рівнів, міфи та легенди, герої, символи, ритуали, прийняті в організації регулюючі документи, до яких можна віднести статут фірми, трудові договори, Кодекси честі.

Однак для надання характеристики корпоративної культури підприємства необхідним є виділення ознак прояву зазначених елементів корпоративної культури, що дозволяють ідентифікувати підприємство – виділити ознаки його індивідуальності, успішності, здатності до розвитку в умовах змін.

Ефективним підприємствам властиві високі показники таких ознак корпоративної культури, як «цілевизначеність», «компетентність», «гармонійність», «адаптивність».

Для стану цілевизначення підприємства властиве чітке розуміння свого призначення і напрямку розвитку, визначальних цілей і стратегічних завдань, а також бачення майбутнього. Зміни в місії, цілях підприємства

призводять до змін корпоративної культури. Компетентність у широкому сенсі означає проінформованість, обізнаність, авторитетність. Компетентність організації включає як коло повноважень, знань, досвід, результативність організації взагалі, так і ступінь кваліфікації кожного працівника окремо, яка дозволяє успішно вирішувати поставлені перед ним задачі, результативність його дій згідно з цілями та стратегіями фірми. Такі організації делегують повноваження, формують команди і розвивають персонал шляхом організаційного навчання. Керівники, менеджмент і працівники проявляють лояльність відносно підприємства і володіють відчуттям власності. Працівники всіх рівнів відчують причетність до процесу ухвалення рішень, вони прихильні цілям підприємства, а також готові навчатися з метою підвищення ефективності діяльності.

*Гармонійність* (від грец. *approva* – злагоженість, зв'язок) – відображає внутрішню та зовнішню упорядкованість, узгодженість, цілісність організації. Гармонійні підприємства, як правило, мають «сильну» культуру, яка є досить міцною, добре координованою і інтегрованою. Таким підприємствам притаманна сприятлива для злагоженої праці атмосфера, неконфліктність або здатність швидко вирішувати або попереджати конфліктні ситуації. Норми поведінки в таких організаціях закладені в базових цінностях, а лідери і працівники здатні досягти консенсусу навіть при значних розбіжностях у думках. Гармонійність є джерелом стійкості та внутрішньої цілісності, заснованих на загальному баченні [1].

*Адаптивність* – це властивість системи, об'єкта пристосовуватися до змін умов зовнішнього оточення

та внутрішнього середовища. Для економічних систем, до яких належать і підприємства, адаптивність розглядається як невід'ємна характеристика, від якої залежить їх виживання, збереження та розвиток у конкурентному бізнес-середовищі, що постійно змінюється. Основною умовою адаптивності є гнучкість структури. Гнучкість основних структурних ланок та зв'язків визначає можливість здійснення конкретних форм адаптації організації при змінах ситуацій. Адаптивність і гнучкість відносять до можливостей організацій підтримувати постійну здатність до навчання, забування й навчання заново.

*Адаптивне підприємство* – це таке підприємство, що здатне швидко пристосовуватися до зовнішніх та внутрішніх умов, що змінюються. Підприємства з високою мірою адаптивності орієнтуються на споживача, йдуть на ризик, вчать на своїх помилках і мають здібності та можливості для генерування змін.

Підприємство повинне бути здатним адаптуватися до змін внутрішнього та зовнішнього середовища, до цільової переорієнтації, до нової стратегії розвитку. Тільки адаптивна структура забезпечує здатність підприємства до збереження своєї рівноваги, а тому і до виживання в умовах несподіваних та значних змін. Бути адаптивним для підприємства означає бути стійким до впливу негативних факторів та бути здатним отримати максимум позитивних результатів від всіх наявних можливостей.

У концепції «динамічних здатностей» Д. Тіса й Г. Пісано підприємство розглядається як організація, що самонавчається і перемножує свій потенціал, удосконалюючи свої здібності з урахуванням досвіду. Підприємство, що самонавчається, є необхідною формою й етапом формування та розвитку підприємства з високим рівнем культури. Це пов'язано з розвитком здібностей моделювати майбутнє й адаптуватися до конкретних умов, скорочуючи час реакції на поточні зміни соціально-економічного середовища.

**П**роцеси адаптації підприємств є спонтанними процесами організаційних змін, що виникли як реакція на постійні впливи зовні або на незадовільні виробничо-господарчі показники діяльності підприємства та обумовлені низкою послідовних заходів, які здійснюються у ході тривалого періоду часу і впливають на традиційні критерії, структуру влади та компетентність менеджерів.

Сьогодні зростаюче число проблем не може вирішуватися виключно одним компонентом організації – керівництвом, нестандартні нові проблеми необхідно спрямовувати у певні відділи чи групи прийняття рішень. Для того, щоб організація була гнучкою та адаптивною, необхідно використовувати інтелектуальний потенціал всіх працівників в процесі їх взаємодії та створення постійної бази знань, які можуть швидко розповсюджуватися та застосовуватися в потрібних напрямках.

Для боротьби з новими чи унікальними проблемами спеціаліст в адаптивній організації повинен не просто виконувати механічні розпорядження керівництва, а бути спроможним робити адекватний вибір і приймати складні рішення, засновані на організаційних цінно-

стях. У нього повинно проявитися бажання навчатися у групах, що постійно змінюються, та у співробітництві з різними колегами. Тому, адаптивність як одна з важливих властивостей організації забезпечується цілеспрямованим навчанням та тренуванням працівників, включенням самоаналізу у процесі діяльності.

Петтігрю та Уіпп розглядали організаційне навчання як центральний елемент стратегії конкуренції: «Здатність навчатися швидше за конкурентів може бути єдиною стійкою конкурентною перевагою організації». Вони зазначали, що здатність організації навчатися рівнозначна її здатності перестроїтися та пристосувати свою базу знань (уміння, структури та цінності) до змін зовнішнього середовища Підприємства, основані на знаннях, ефективніше збирають інформацію та розповсюджують свої ідеї. Адже вони менше витрачають на комунікацію, є більш успішними в індивідуальному навчанні персоналу та управлінні знаннями, тобто швидше перетворюють соціальний капітал в інтелектуальний, причому головну роль у цьому процесі відіграє організаційне навчання.

**О**рганізаційне навчання розглядається як «спосіб адаптації до зовнішнього середовища»; «адаптивна поведінка організації протягом тривалого періоду часу»; «процес виявлення та виправлення помилок»; «перетворення прихованих знань в явні, створення нових знань, їх розповсюдження в організації та втілення у нових технологіях, продуктах та сервісі»; «створення, придбання та передача знань, а також вміль перетворення організаційної поведінки для подальшого виробництва нових знань та уявлень, здатність бачити світ у повному. Навчання на основі досвіду та історії організації, а також на прикладі та досвіді інших» [2, 3, 4].

Організаційне навчання складається з серії взаємодій між адаптацією на індивідуальному чи субгруповому рівні та адаптацією на організаційному рівні. Тобто пристосування до конфліктних моделей поведінки, які спричинені стресом, в результаті чого зменшується стрес та вдосконалюється процес прийняття рішень.

У роботі Сен'є у визначенні організації, яка навчається, акцент робиться на тому, що «перш за все необхідно усвідомити, що сама ідея «організації, що навчається» – це певний погляд на речі – бачення». Він пов'язав загальні ідеї про мотивацію навчання, навчання команди, лідерстві та управлінських ментальних моделях у те, що складає основні цінності та компетенції для організації, що навчається. Для цих цінностей потрібен відповідний набір важливих поведінкових компетенцій, щоб створити таке бачення [5].

Завданням побудови організації, що навчається, є посилити ті цінності, в яких люди відчувають потребу на роботі. Тобто у ході навчання переглядаються та коригуються основні цінності, що існують в організації, встановлені норми, правила та принципи поведінки, особливої уваги надають поведінці у нестандартних ситуаціях, способам прийняття рішень та лідерству.

Сен'є розрізняє такі типи навчання: «виживання» або «адаптивне навчання» та «продуктивне чи генеративне навчання». Адаптивне навчання пов'язане з по-



## УПРАВЛЕНИЕ, МЕНЕДЖМЕНТ, ПРОИЗВОДСТВО

БАБАЙЛОВ В. К.

Харьков

*Ф. У. Тейлору – Великому реформатору  
производства посвящаю!*

Автор

**В** 2011 году исполнилось сто лет изданию книги Тейлора Ф. У. «Principles of Scientific Management». Однако юбилей настраивает нас, обладателей величайшего научного наследия, скорее не к фанфарам, а к коррекции интерпретирования важнейших аспектов его теории – цели данной публикации. Она предусматривает решение таких задач:

- ✦ установить связь управления, менеджмента, производства и исполнения;
- ✦ уточнить происхождение важнейших терминов теории Тейлора.

Их нерешенность снижает эффективность теории и практики менеджмента, чем и обусловлена актуальность исследования. Используются методики: обзор научной литературы, «2С70», аналогии, исторического и логического.

Термины «Управление» и «Менеджмент» получили широкое распространение в научной литературе [1 – 7]. Вот несколько примеров попытки определить

характер их связи: «Понятие «управление» и «менеджмент» часто употребляются как синонимы, в то же время между ними имеются различия...«Менеджмент» означает «управление» ... менеджмент – это целенаправленное воздействие, согласующее совместную деятельность ... Управление ... – это процесс выработки и осуществления управляющих воздействий» [8]. Но в чём сущность отличия менеджмента и управления – этого в статье, к сожалению, нет! Выдержки из другой публикации: «...можно ли считать, что английское понятие «менеджмент» и русское «управление» и, соответственно, «менеджер» и «руководитель» – это одно и то же? И да, и нет. В общем смысле...– да. Вместе с тем есть и отличия ... интересные, правда, в основном лишь специалистам» [9]. Очень даже интересные! Но автор не раскрывает их!

Существуют несколько английских терминов, отражающих разные аспекты, формы управления: *management, control, direction, operation, driving, governing, guidance, handling, bureau* [10]. *Сущность* управления в научной литературе определяется примерно одинаково: как «...выработка и осуществление целенаправленных управляющих воздействий на объект»; как «...целенаправленное воздействие управляющей системы на управляемую...» [11]. Обобщение различных взглядов (в том числе и собственных) привели автора к таким выводам. Существуют две основные формы управления:



*менеджмент* как духовное целенаправленное воздействие человека на человека; *производство* как целенаправленное воздействие человека на природу, с учётом воздействия природы на природу, включая и физическое человеческое взаимодействие. Воздействие природы на природу без участия человека не следует считать управлением. Менеджмент является специфической частью, формой, одним из аспектов управления. Менеджмент проявляется как прямое воздействие: мотивация, деловое общение, принятие решения. И как опосредованное: планирование, проектирование, контроль. Ясно, что управление – деятельность и менеджеров, и рабочих. До Тейлора менеджмента в «чистом» виде не было – он был смешан с производством. Заслугой Тейлора является понимание принципиального отличия менеджмента от производства и реализация их разделения на практике. Рабочие – не организаторы, менеджеры – не производители. Производство необходимо трактовать как деятельность только рабочих. «Производство» идей, решений, информации, целей – не производство. В менеджменте (с лёгкой руки Тейлора) нет производства, в производстве нет менеджмента. Тейлор разделил именно менеджмент и производство! Это полностью опровергает сложившееся мнение, что Тейлор отделил менеджмент от исполнения [12]. Практика свидетельствует, что менеджер любого уровня является не только распорядителем, но и исполнителем. В самом деле, первый заместитель директора по отношению к начальнику цеха является распорядителем, но к директору – исполнителем его решений, указаний. Отделить менеджмент от исполнения невозможно! Но как трактовать отделение менеджмента от производства – как закон, принцип или правило? Закон – это связь субстанций в виде модели: формулы – законы Ома, Ньютона; графика – закон нормального распределения; таблицы – закон Менделеева [6]. Закон – это связь в форме сравнения субстанций (часто – равенства). Ясно, что данное разделение – не закон. Это и не правило, не требование к поведению. Отделение менеджмента от производства – это *принцип*, принцип философской теории Тейлора, «Тейлоризма», частный случай принципа разделения труда экономической науки или принципа разделения деятельности науки «Менеджмент», вытекающие из всеобщего принципа «Всякое сложное состоит из множества простых», или «Всё состоит из атомов».

Вопрос *адекватности* переводов и интерпретации важнейших *терминов* теории Тейлора связан и с происхождением русского термина «менеджмент». Вопрос – когда впервые появился английский термин «Management» – требует специального исследования и принципиального значения в данном исследовании не имеет. В русском языке, в отличие от английского, нет русского термина, обозначающего *организацию труда*. Очевидно, в этом одна из причин рождения термина «Менеджмент» – русского аналога американского термина «Management». Термин «Менеджмент» распространяется и становится популярным после перехода к рыночной экономике; «Management» – с появлением научного менеджмента Тейлора (Scientific

Management). Но, как ни парадоксально, сам Тейлор, отец научного менеджмента, вначале не использовал термин «Scientific Management». Свою первую книгу, которая по содержанию, смыслу посвящена именно научному менеджменту, он назвал не «Scientific Management», а «Shop Management». (Её, кстати, следует переводить как «Производственный менеджмент», а не «Цеховой менеджмент», и уж тем более не «Управление мастерской».) [13]. Одна из причин – Тейлор, будучи величайшим практиком и изобретателем, не владел методикой глубокого теоретического, философского обобщения. Это характерная черта западной традиции, в ней наука является всего лишь средством практики, средством повышения качества жизни. У них акцент с теории перемещён на практику, и Тейлор – типичный представитель западной культуры. У нас наоборот, преобладает греческая традиция и элементы, унаследованные от византийской культуры: наука превращается в искусство для искусства, знание ради знания, а естественная реализация научных открытий трансформируется, извращается в их «внедрение», в процесс сопротивления новшествам. Известен важнейший догмат Библии – «Не создай кумира». Мы создали. Науку ради науки. У нас наука не развернута в сторону практики, оторвана от неё, замкнута почти всегда на себя, «варится в собственном соку». Где наши технопарки, технополисы, «силиконовые долины»? Конечно, есть и приятные исключения: использование энергии атома, космические, криогенные технологии. Но в основном мы генерируем величайшие идеи и не можем их реализовать, поставить на службу обществу. Их успешно реализуют за рубежом. У нас практика воспринимается как обуза, наказание, нечто недостойное нашего внимания. С сожалением приходится признать, причину этого – у нас всё ещё не решена как минимум одна из двух основных проблем, которые обозначил классик...

Из всего контекста второй книги Тейлора «Principles of Scientific Management» видно, что он не отличает и такие существенно разные понятия как «Принципы» и «Правила». *Правила* – это требования к поведению, они применяются на практике. *Принципы* же – это не правила, это основа науки, это утверждения, средства доказательства научных законов [6]. «Principles of Scientific Management» рассматривает именно правила. Книга и должна быть переведена на русский язык как «Правила научного менеджмента», но никак не «Принципы и методы научного менеджмента» [13]. В научной литературе есть свидетельства, что термин «Scientific management» был использован до Тейлора. Вот одно из них: «Интересно, что само понятие «научное управление» ввел в обиход не Тейлор, а Луис Брандейс...Тейлор называл созданный им набор административных приемов «системой заданий» или «управлением посредством заданий». Лишь с 1910 года он начинает широко пользоваться термином «научное управление» [14]. Необходимо заметить, что правильнее употреблять не термин «научное управление», а «научный менеджмент». Есть и такая версия: название «Научный менеджмент» («Scientific management») было

дано системе Тейлора («Тейлоризму», «Рационализму» и родственным ей системам) в 1910 году, во время работы комиссии по железнодорожным тарифам [15]. И лишь после этого Тейлор начинает активно использовать термин «Scientific management».

Как итог исследования можно констатировать такие основные результаты:

- ✦ определено сходство и отличие менеджмента и управления (установлено, что менеджмент есть часть, специфическая форма управления);
- ✦ доказано, что Тейлор отделил от менеджмента не исполнение, а производство;
- ✦ уточнены переводы и сущность важнейших понятий теории Тейлора [16].

**А**втор убеждён, что результаты данного исследования будут способствовать развитию науки и повышению эффективности практики менеджмента и надеется, что проницательный читатель воспринял статью не столько как критическую, но как попытку приближения к истине, которой была посвящена и вся деятельность Тейлора. Автор полагает, что её следует воспринимать и как уместный комплимент к столетнему юбилею выхода его величайшего труда, «перевёрнувшего» производство. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. **Бабайлов В. К., Баленко А. И.** Менеджмент по методике «2С70»: Монография.– Харьков: ФЛП Либуркина Л. М., 2007.– 232 с. Русск. яз.
2. **Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф.** Основы менеджмента: пер. с англ.– М.: Дело, 1992.
3. Наука управлять: 3 історії менеджменту: Хрестоматія / Упор. І. О. Слепов.– К., 1993.
4. **Бабайлов В. К.** Наука управления: зарождение, становление, развитие // Бизнес Информ.– 1999.– № 11-12.– С. 143.
5. **Бабайлов В. К., Ткаченко О. В., Манирко М. Н.** Инновационный менеджмент: сущность, содержание, этапы развития // Бизнес Информ.– 2005.– №11-12.– С. 91.
6. **Бабайлов В. К.** Теория метода: монография.– Х.: ХНАДУ, 2011.– 232 с.
7. **Бабайлов В. К., Нестеренко В. Ю.** Контроль и управление, их взаимосвязь // Бизнес Информ.– 2007.– № 10.– С. 141.
8. <http://cde.osu.ru/demoversion/course>.
9. <http://referat.diplomplanet.ru/articles/category>.
10. <http://www.classes.ru/dictionary-russian-english-universal-term>
11. **Лопатников Л. И.** Экономико-математический словарь.– М.: Наука, 1987.
12. Современная западная социология: Словарь.– М.: Политиздат, 1990.
13. Управление – это наука и искусство: А. Файоль, Г. Эмерсон, Ф. Тейлор, Г. Форд.– М.: Республика, 1992.– 351 с.
14. <http://posada.com.ua/news>.
15. [http://dps.smrllc.ru/Int\\_Encycl/Scient\\_man.htm](http://dps.smrllc.ru/Int_Encycl/Scient_man.htm)
16. **Бабайлов В. К.** Формирование научного понятия на основе методики «2С70» // Бизнес Информ.– 2005.– № 9-10.– С. 112.

## МІСЦЕ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

**КРИВЕШКО О. В.**

*кандидат економічних наук*

**Львів**

Світова економічна криза, що розпочалася осінню 2007 року, змусила переглянути підходи до управління в багатьох компаніях. Різде падіння попиту на товари зменшило доходи і прибутки, а у багатьох випадках – спричинило збитки. У першу чергу, з метою зменшення витрат, було скорочено і переспрямовано маркетингові бюджети компаній. Однак при цьому всьому конкуренція аж ніяк не зменшилася, і перед компаніями постало завдання боротьби за платоспроможного клієнта, а маркетинг залишився одним із напрямків формування конкурентних переваг. Відповідно, необхідним є перегляд маркетингових стратегій підприємств і їх адаптація до умов світової економічної кризи таким чином, щоб утримати споживачів із найменшими затратами.

Питаннями маркетингових стратегій уже досить давно займаються як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Важливий внесок у розвиток стратегічного маркетингу внесли такі зарубіжні науковці, як М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен. До зарубіжних фахівців стратегічного маркетингу можна також віднести і засновників окремих новітніх маркетингових підходів, наприклад С. Годіна із концепцією довірчого маркетингу. Вітчизняні науковці вивчають як стратегічний маркетинг загалом, так і конкретні види чи напрямки стратегій. Так, окремі види маркетингових стратегій досліджують вітчизняні науковці Г. Агеєва і С. Ляшенко, К. Антонюк, Т. Каткова, О. Краузе. Частина науковців вивчає маркетингові стратегії для підприємств окремих галузей економіки (В. Сергієв і Р. Адільшинов). Однак в умовах інтенсивного розвитку маркетингу в Україні не було передбачено різкого перегляду таких стратегій в умовах кризи, а в багатьох випадках – тимчасової відмови від використання більшості маркетингового інструментарію.

Відповідно, постала необхідність створення нових підходів до формування як маркетингової системи під-

приємства загалом, так і планування і реалізації маркетингової стратегії.

*Цілі статті* – оцінити наявні маркетингові стратегії з точки зору економічної кризи і виявити оптимальні шляхи їх використання для підтримки діяльності підприємств у складних економічних умовах та отримання конкурентних переваг.

**Ф**ормування стратегічних конкурентних переваг вимагає розробки і реалізації дієвої конкурентної стратегії, яка б включала функціональні стратегії у тих сферах діяльності, де вони планують створюватися. Конкурентні переваги підприємства можна умовно поділити на зовнішні і внутрішні. Внутрішні конкурентні переваги формуються всередині підприємства за рахунок виробничої, фінансової, кадрової стратегії тощо. Природа внутрішніх конкурентних переваг визначається особливостями зовнішнього середовища і його взаємодією із підприємством. Їх створення переважно залежить від маркетингової діяльності компанії. Разом з тим, помилково вважати, що зовнішні конкурентні переваги залежить лише від маркетингу на підприємстві, кожна наявна конкурентна перевага формується під впливом діяльності усіх основних функціональних сфер діяльності підприємства.

Враховуючи те, що зовнішні конкурентні переваги підприємства може формувати за допомогою маркетингового інструментарію навіть за умови відсутності інноваційної складової чи унікальних ресурсів у своїй діяльності, розглянемо особливості маркетингової стратегії.

Виходячи із зазначеного, маркетингова стратегія підприємства є складовою конкурентної стратегії. Виходячи із цього, її сутність впливає із загального розуміння стратегії як економічної й управлінської категорії. А. Селіверстова визначає стратегію як генеральну комплексну програму дій, яка визначає пріоритетні для підприємства проблеми, його місію, головні цілі та розподіл ресурсів для їхнього досягнення. Стратегія формулює цілі та способи їхнього досягнення так, щоб вказати підприємству певний (такий, що об'єднує всі його підрозділи) напрямок розвитку. За своїм змістом стратегія довгостроковим плановим документом [1]. Схоже трактування пропонує О. Краузе, ідентифікуючи стратегію як комплексний план діяльності підприємства, що розробляється на основі творчого науково обґрунтованого підходу і призначений для досягнення довгострокових глобальних цілей підприємства [2]. Російський науковець І. Дюков означає стратегію як опис шляху із поточного стану в той, якого вона прагне досягнути через певний проміжок часу [3].

Активно досліджує сутність стратегії О. Глубоченко і визначає наявність у сучасній теорії управління двох підходів до її трактування – філософського і організаційно-управлінського [4]. Дійсно, часто стратегію розглядаються як філософію компанії, як концепцію бачення організації у майбутньому.

Організаційно-управлінська концепція визначає стратегію як певний шаблон логічної і послідовної поведінки, що складається на підприємстві свідомо або стихійно, і як найголовніший елемент самовизначення

на ринку у швидко змінних умовах зовнішнього середовища [4]. Хоча і підхід з точки зору філософії компанії важливим, однак таке трактування дає можливість проаналізувати маркетингові стратегії з позиції кризової економіки.

З точки зору вивчення питань конкурентоспроможності важливим є ідентифікація стратегії М. Портером, як бачення своєї індивідуальної ринкової переваги [5]. Тут уже закладено розуміння того, що стратегія формує конкурентні переваги продукту, підприємства або галузі.

Виходячи з того, що важливою складовою формування конкурентних переваг є маркетингова, розглянемо особливості маркетингової стратегії підприємства.

Стратегія маркетингу, за трактуванням донецьких науковців Г. Агеевої і С. Ляшенко, основну увагу приділяє цільовим покупцям. Компанія вибирає ринок, розбиває його на сегменти, вибирає найбільш перспективні і концентрує свою увагу на обслуговуванні цих сегментів. При цьому стратегія маркетингу є докладним всебічним планом досягнення маркетингових цілей, вектором (напрямом) дій фірми щодо створення її цільових ринкових позицій. [6]. Таке трактування дає можливість вивчати механізми взаємодії компанії із кінцевим споживачем.

Науковець Хмельницького національного університету Т. І. Каткова стверджує, що маркетингова стратегія (а саме оптимальна маркетингова стратегія) – це стратегія, яка забезпечує досягнення певної мети при встановлених можливостях в означений термін часу виходу на ринки [7].

**З**а своєю ієрархією маркетингова стратегія є складовою загального перспективного плану компанії поряд із фінансовою, виробничою, кадровою та іншими стратегіями. При цьому маркетингові стратегії можна деталізувати з точки зору комплексу маркетингу на товарні, комунікаційні, цінові та збутові стратегії. Усі вони мають узгоджуватися і виконуватися для досягнення єдиною мети. Мету маркетингової стратегії доречно визначати через призму загальної стратегії організації. Таким чином місце маркетингової стратегії на підприємстві можна зобразити схематично за допомогою *рис. 1*.

Елементами маркетингової стратегії можна розглянути ті фактори, завдяки яким фірма (або її стратегічний підрозділ) ефективно розподіляє ресурси для досягнення поставлених цілей [6]. У цьому випадку варто брати до уваги елементи маркетингової стратегії за С. Гаркавенко: сегментування ринку – виділення окремих груп споживачів; вибір цільових ринків – визначення цільових сегментів, на які фірма орієнтуватиме свою діяльність; позиціонування товару на ринку – визначення місця товару серед товарів конкурентів; визначення конкурентів-мішеней; визначення конкурентних переваг [8].

Однак, на нашу думку, таким чином виділяються не складові стратегії, а лише окремі етапи її формування. Вартим уваги є підхід Г. Агеевої і С. Ляшенко, який уже дає можливість виділити основні компоненти стратегії. Так, згідно з їхнім підходом, елементами маркетингової стратегії є:

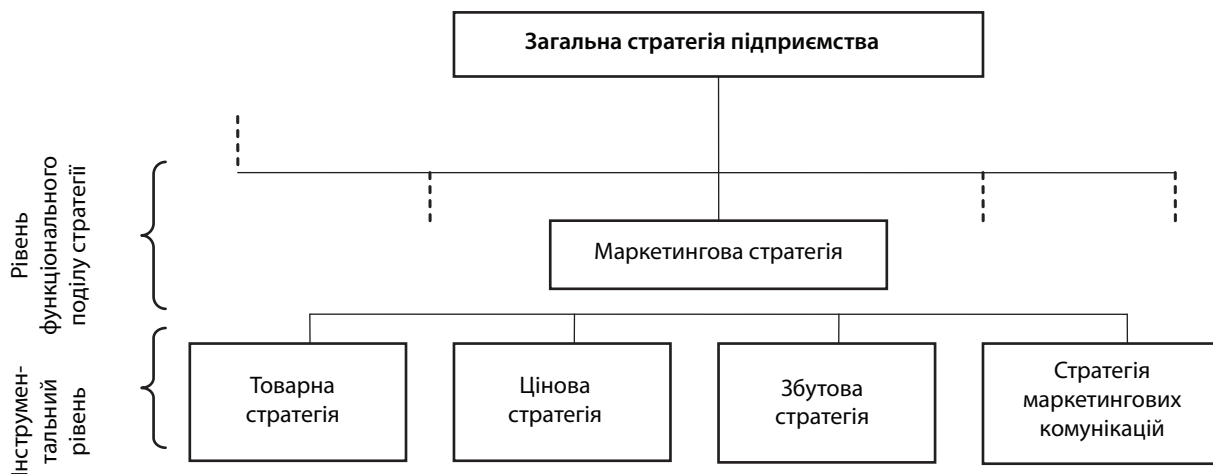


Рис. 1. Місце маркетингової стратегії у стратегічній діяльності підприємства

- ✦ сфери стратегічних намірів фірми визначають різновиди бізнесу;
- ✦ маркетингові цілі;
- ✦ розміщення ресурсів охоплює рівень стратегічних господарських підрозділів товарно-ринкових сегментів фірми;
- ✦ конкурентна перевага;
- ✦ синергетичний ефект [6].

Разом з тим, враховуючи існування комплексу маркетингу, який охоплює всі сфери маркетингу на підприємстві, вважаємо, що варто розглядати як складові загальної маркетингової стратегії, товару, цінову, збутову та комунікаційну. Уже ці стратегії можна ділити на окремі елементи, запропоновані Г. Агеевою та С. Ляшенко.

При такому підході маркетингова стратегія буде чітко взаємозв'язана і взаємозалежна з іншими функціональними стратегіями підприємства. Зокрема, товарна стратегія буде складовою як маркетингової, так і виробничої. З точки зору маркетингу товарна стратегія визначає асортимент продукції, споживчі характеристики товару, особливості товару у реальному виконанні та його підкріплення, визначає, на який сегмент ринку буде орієнтована та чи інша продукція підприємства та який імідж вона буде мати, а також розробляється стратегія торгової марки. Разом з тим, товарна стратегія як виробнича складова визначає технічні особливості товару, його інноваційність, собівартість тощо.

У межах товарної стратегії відбувається постійне удосконалення товару, керування його життєвим циклом. Так, компанії, що виготовляють технологічні товари (побутову, IT-техніку, мобільні телефони тощо) в межах конкурентної боротьби постійно удосконалюють товар, пропонуючи щороку нові покоління такої продукції. Виробники продуктів харчування, окрім вдосконалення рецептури, розробляють нові смакові добавки для диференціації своєї продукції від конкурентів.

*Цінова стратегія* – це довго- і середньострокові рішення щодо встановлення і зміни цін; це вибір фірмою можливої динаміки зміни базової ціни товару у ринкових умовах[9]. Цінова стратегія може розроблятися для різних ринків, товарів тощо. Цінова стратегія є елементом не лише маркетингової, але й фінансової та виробничої

стратегій. Фінансовий аспект визначає особливості формування прибутку компанії. Рівень та спосіб визначення прибутку ідентифікує характер фінансових взаємовідносин – можливості знижок, акцій, демпінгування цін для завоювання ринку тощо. Виробничі аспекти визначають особливості формування собівартості, можливості використання ефекту економії на масштабі.

Тип цінової стратегії, що обирається, залежить від життєвого циклу товару, місткості та типу ринку, рівня конкуренції, можливостей компанії та генерального маркетингового плану. Наприклад, підприємства молочної промисловості чітко прив'язують ціну своїх товарів до собівартості. Тому на ринку щороку спостерігаються сезонні коливання ціни на молочну продукцію – її зниження у весняно-літній період і підвищення взимку. Компанія АвтоЗАЗ пропонує ринку дешевий вітчизняний автомобіль, встановлюючи найнижчі ціни на ринку нових автомобілів. Proctor&Gamble має три товарні лінії пральних порошків – товари за низькими цінами (Bonux), середній ціновий сегмент (Tide) та преміум-сегмент (Ariel). Компанія AVON, постійно пропонуючи суттєві знижки на свою продукцію, має лінії косметики, на які такі знижки не передбачені, а у вигляді стимулювання збуту використовуються періодично додаткові подарунки при її купівлі.

**З**бутова стратегія – це довго- або середньострокові рішення щодо формування та зміни збутових каналів, а також процесів фізичного переміщення товарів у часі і просторі в ринкових умовах [9]. Фактично, збутова стратегія підприємства визначає тип розподілу підприємства та спосіб фізичного розповсюдження товарів і послуг. Підприємство може використовувати єдину збутову стратегію для всього продуктового портфелю, а може розробляти окремі стратегії для кожної групи товарів і послуг. Окрім того, такі стратегії розробляються окремо для різних ринків. Так, виробник може мати власну збутову мережу або торговий відділ у регіоні знаходження виробничих потужностей, а в інших регіонах користуватися послугами дистриб'юторів.

Маркетингова комунікаційна стратегія – це концепція розповсюдження інформація про підприємство

та його продукцію у зовнішньому середовищі, яка передає характер інформація, що буде розповсюджуватися та спосіб її розповсюдження. Комунікаційна стратегія може диференціюватися у залежності від товарного портфелю, регіону функціонування підприємства тощо. Про наявність маркетингової комунікаційної стратегії можна говорити лише у тому випадку, якщо комунікації мають системний характер і взаємопов'язані між собою.

Комунікаційна стратегія, на нашу думку, є завершальною і ключовою стадією формування зовнішніх конкурентних переваг. Вона дає можливість сформувавши відповідне бачення товару і підприємства у споживачів і, за умов дієвої товарної, цінової та комунікаційної політики, отримати лояльного покупця.

На практиці малий і середній бізнес досить часто не розробляє комунікаційну стратегію, фінансуючи маркетингові комунікації за залишковим принципом – при наявності вільних коштів періодично подає рекламні оголошення або звернення. Як наслідок, він втрачає маркетингові конкурентні переваги. У цьому випадку, за відсутності внутрішніх переваг, зокрема інноваційного та технологічного характеру, такий бізнес стає неконкурентоспроможним.

Формування зовнішніх конкурентних переваг відбувається за умови ефективного поєднання цих чотирьох маркетингової стратегії. У випадку, якщо зазначені елементи не є взаємопов'язаними між собою, вони, скоріше за все, будуть нівелювати одна одну і не давати можливості отримати бажаний ефект.

Враховуючи зазначене, вплив маркетингової стратегії на конкурентоспроможність можна зобразити за допомогою *рис. 2*.

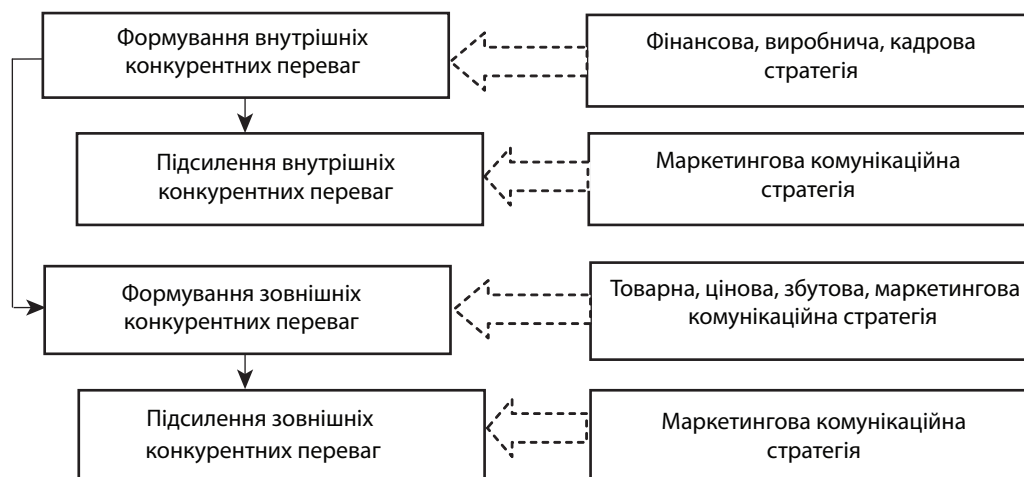


Рис. 2. Роль маркетингової стратегії у формуванні конкурентних переваг

## ВИСНОВКИ

Враховуючи те, що маркетингові заходи можуть як створити зовнішні конкурентні переваги, так і підсилити внутрішні, можна стверджувати про важливу роль маркетингової стратегії в управлінні конкурентоздатністю підприємства та його продукції. При цьому важливим є розробка не лише окремих стратегічних заходів, а й комплексне формування товарної, цінової, збутової та комунікаційної стратегій.

Перспективи подальших розробок у цьому напрямку. Враховуючи те, що у межах кожної складової маркетингової стратегії можна сформувати як короткострокові, так і довгострокові конкурентні переваги, необхідно розробити механізми формування довгострокових маркетингових конкурентних переваг, зокрема створення програм лояльності для споживачів і посередників. Також у подальшому необхідно визначити методи оцінки рівня зовнішніх стратегічних конкурентних переваг. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Селіверстова Л. С. Шляхи формування ефективної стратегії підприємства / Л. С. Селіверстова // Актуальні проблеми економіки.– 2008.– № 7(85).– С.133 – 136.
2. Краузе О. І. Моделювання конкурентної стратегії в умовах невизначеності середовища господарювання / О. І. Краузе // Наука й економіка.– 2009.– № 1(13).– С. 100 – 106.
3. Дюков І. І. Стратегія розвитку бізнеса. Практический поход / І. І. Дюков.– СПб. : Питер, 2008.– 236 с.
4. Глубченко О. І. Оцінка стратегій управління підприємствами за умов формування конкурентного середовища / О. І. Глубченко // Вісник Хмельницького національного університету.– 2007.– № 5, Т. 2.– С. 133 – 137.
5. Портер Е. Майкл. Конкурентная стратегия : Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер.с англ.– 2-е изд.– М. : Альпина Бизнес Букс, 2006.– 454 с.
6. Агеєва Г. О. Роль матричних маркетингових стратегій у процесі стратегічного планування виробництва фірми: класифікація та аналіз / Г. О. Агеєва, С. В. Ляшенко // Економічний вісник Донбасу.– 2006.– № 4.– С. 115 – 123.
7. Каткова Т. І. Організаційні основи застосування маркетингових стратегій виходу на міжнародні ринки про-

мислових підприємств / Т. І. Каткова // Вісник Хмельницького національного університету.– 2007.– № 5, Т. 2.– С. 92 – 97.

8. Гаркавенко С. С. Маркетинг: [Підручник] / С. С. Гаркавенко.– 4-те вид. доп.– Київ : Лібра, 2006.– 720 с.

9. Маслово Т. Д. Маркетинг / Т. Д. Маслово, С. Г. Божук, Л. Н. Ковали.– СПб. : Питер, 2002.– 400 с.

# ВЛИЯНИЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА РАЗВИТИЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО РЫНКА УКРАИНЫ

АБДУЛГАЗИС В. С.

АБДУЛЛАЕВ Р. А.

доктор экономических наук

Симферополь

Высокий уровень открытости экономики Украины делает её сверхчувствительной к изменениям в состоянии мировой экономики. На фоне высокого уровня уязвимости национальной экономики ухудшение международной экономической ситуации неизбежно привело к серьезному экономическому и банковскому кризису в Украине. Турбулентность в экономике не обошла влиянием отрасль телекоммуникаций. Финансовый, а потом экономический кризис последних лет нанесли ощутимый удар мировому рынку телекоммуникационных услуг: затормозился рост спроса на предоставление телекоммуникационных услуг, стремительно уменьшились объемы внутренних и иностранных инвестиций в мировом хозяйстве. Телекоммуникационный рынок в процессе функционирования затрагивает практически все секторы национальной экономики, поэтому он является и наиболее чувствительным ко всем макроэкономическим факторам развития страны. Изучение влияния макроэкономических факторов на развитие телекоммуникационной отрасли Украины в условиях возрастающего спроса на телекоммуникационные услуги и воздействия мировых кризисных явлений определяет актуальность данного направления исследования.

В современной экономической литературе изучению данной проблемы уделено много внимания. Исследования развития национальной экономики, влияние кризисных явлений на её уровень нашли своё отображение в работах отечественных учёных Ищук С. О, Дзеппаровой З. Р. [2], Полонской А. Н., Соломатина Е. Б. [5], Пригоды В. М. [4], Панькова В [1] и др. Однако вопрос взаимосвязи и влияния уровня развития национальной экономики и развития телекоммуникационного сектора является малоизученным. Динамизм данной сферы в условиях интеграции и глобализации экономики, влияние кризисных явлений на национальную экономику, требуют более глубокого изучения влияния макроэкономических факторов на развитие телекоммуникационного рынка Украины и АР Крыма.

Цель исследования является изучение влияния уровня развития национальной экономики на развитие телекоммуникационного сектора Украины и АР Крым.

Во второй половине XX в. современный мир начал входить в глобализационную стадию своего развития. Этот этап принёс в развитие человеческого общества немало новых черт. Несмотря на значительный импульс, который глобализация экономики придала росту миро-

вой экономики и мировому социально-экономическому прогрессу в последние 20 лет, очевидно, что наряду с позитивными моментами глобализация экономики несёт в себе существенные противоречия и изъяны [1]. Теневые стороны глобализации экономики состоят в чрезмерной зависимости экономик различных государств друг от друга. Вследствие этого финансовые кризисы последнего десятилетия приобрели тенденцию быстро распространяться из страны в страну, представляя собой «финансовую эпидемию». Ярчайшей демонстрацией такого распространения является глобальный финансовый кризис, обозначившийся в полной мере в начале осени 2008 г, а на старте 2009 г. переросший уже в мировой экономический кризис [2].

Экономика Украины пострадала намного сильнее от мирового финансового кризиса, чем другие развивающиеся страны. Об этом свидетельствуют данные о спаде производства, девальвация гривны по отношению к доллару США на 60% в 2008 г. и падение фондового индекса ПФТС в 2008 г. более чем на 70%, что является одним из наихудших показателей в мире [3].

Турбулентность в экономике не обошла влиянием отрасль телекоммуникаций. И на отрасль, и на потребительский рынок в целом повлиял ряд финансовых, технологических и структурных факторов, ставших следствием «чрезвычайной ситуации». Условия, в которых оказались операторы и другие участники рынка, вынудили их пересмотреть свои планы и прогнозы, переосмыслить ситуацию, разрабатывать новые сценарии, вводить новые критерии эффективности развития.

Несмотря на оптимистичные прогнозы аналитиков и сравнительную защищенность отрасли по сравнению с другими секторами экономики, избежать влияния макроэкономических тенденций не удалось. Тем не менее, характерная для отрасли специфика внесла свои коррективы в оценку и степень влияния факторов.

Кризис привел к пересмотру схем финансирования и инвестирования в отрасль, изменению структуры потребительского спроса, адаптации законодательства, что, в свою очередь, вызвал изменение бизнес-моделей операторов; ускорил пересмотр ролей и перспектив ряда технологий. Финансовый, а потом экономический кризис последних лет нанесли ощутимый удар мировому рынку телекоммуникационных услуг: затормозился рост спроса на предоставление телекоммуникационных услуг, стремительно уменьшились объемы внутренних и иностранных инвестиций в мировом хозяйстве. Но отрасль оказалась менее зависимой от финансового кризиса, чем другие секторы экономики [4].

По данным международного союза электросвязи (МСЭ) кризис подтолкнул регуляторов к защите национальных рынков и национальных операторов. Например,

Швеція заблокувала в юніе 2008 г. плани експансії France Telecom на свой національний ринок. Італія дала понять, що продаж Telecom Italia не состоится, если правительство будет против. Греция выступила против планов Deutsche Telekom урезать инвестиции и сократить персонал дочерней компании в стране. Правительство Египта отменило свое распоряжение о выдаче второй лицензии на фиксированную связь [5].

Однако правительство нашего государства приняло обратные меры, решив продать («приватизировать») австрийской компании Eric 92,79% акций одного из крупнейших в стране телекоммуникационных предприятий ОАО «Укртелеком».

**В** последнее время общепринятым стало утверждение относительно взаимного влияния состояния развития национальных экономик и национальных телекоммуникаций. Увеличение значения телекоммуникаций в мировой и национальных экономиках хорошо отслеживается при анализе динамики части телекоммуникационных услуг в ВВП: за период 1990 – 2007 гг. доля телекоммуникаций в ВВП увеличилась с 1,7% до 3,2%, а доля телекоммуникаций опережает как экономику в целом, так и сферу услуг [4].

По оценкам Международного союза электросвязи, объём мирового рынка телекоммуникационных услуг в 2010 г. составил 1,4 трлн долл., в Украине в 2010 г. он составил 36,9 млрд грн / 4,6 млрд долл. [3], что превысило даже показатели предкризисного периода. В целом за последние 15 лет телекоммуникационный рынок (ТР) увеличился более чем в 3 раза, а среднегодовые темпы прироста составили 9%. Инвестиции в развитие телекоммуникационных услуг в мире составили около 600 млрд долл. США.

Инвестиции в телекоммуникационную отрасль в Украине в 2010 г. составили 10,5 млрд грн, что на 11,7% больше 2009 г., но на 15,3% меньше инвестиций в 2007 г.

На национальном рынке телекоммуникационных услуг за период 2006 – 2010 гг. события развивались следующим образом (табл. 1) [3, 6].

номики в период кризисных явлений. Также повышение доли телекоммуникационных услуг в ВВП Украины в кризисном 2009 г. свидетельствует о том, что отечественная телекоммуникационная отрасль пострадала меньше других секторов экономики. Экономический кризис оказал сильное влияние на торговлю, промышленную и строительную отрасли экономики Украины, которые и составляют основную долю ВВП страны.

На конец 2010 г. доля телекоммуникационных услуг в ВВП Украины составила 3,37%, что на 0,53% меньше 2009 г. Такую тенденцию развития национальной экономики несомненно можно оценить как отрицательную. Основное противоречие, которое возникает в процессе развития сектора, заключается в том, что социально-экономическая система страны не сфокусирована и не мотивирована на оптимальное развитие информационного общества и формирование совершенных информационно-коммуникативных технологических систем по причине отсутствия эффективной системы регулирования и ориентации экономики Украины к ресурсно-товарной модели [4].

Поскольку телекоммуникационный сектор экономики является наиболее динамичным, затрагивающим в процессе информатизации практически все секторы экономики, он является и наиболее чувствительным ко всем макроэкономическим показателям развития страны. Динамика изменения основных макроэкономических показателей развития Украины за период 2006 – 2010 гг. и её влияние на развитие телекоммуникационного рынка в Украине представлены в табл. 2 [3].

Приведённые ниже данные таблицы показывают, что на протяжении нескольких лет, вплоть до осени 2008 г., украинская экономика уверенно развивалась на фоне благоприятных внешних факторов и сильного внутреннего спроса.

Однако в октябре 2008 г. экономическая ситуация начала ухудшаться. Рост неприятия риска среди международных инвесторов, а также снижение мирового спроса на сырьё привело к резкому сокращению ВВП, и его прирост за один квартал снизился с 6,3% за

Таблица 1

Объём номинального ВВП и ТР в Украине

Наименование показателя	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Номинальный ВВП, млрд грн	518,9	689,2	948,1	913,3	1094,6
Объём телекоммуникационных услуг, млрд грн	25,3	31,5	35,8	35,7	36,9
Доля телекоммуникационных услуг в ВВП, %	4,65	4,37	3,77	3,9	3,37

В Украине на протяжении 2000 – 2006 гг. часть доходов ВВП от предоставления услуг связи выросла с 3,6 до 4,67%. С 2006 по 2008 годы в условиях динамического развития мирового хозяйства и национальной экономики доля телекоммуникационных услуг постепенно уменьшилась до 3,77%. Однако в 2009 г. в условиях финансово-экономического кризиса эта часть повысилась до 3,9%, что характеризует особенную роль и значение сектора телекоммуникаций в развитии национальной экономики, необходимость повышения информативности эко-

три квартала до 2,1% за весь год. Также под влиянием кризиса в 2009 г. в Украине наблюдается ухудшение всех макроэкономических показателей: инфляция на конец 2008 г. составляла 22,3%, что практически в 2 раза превысило показатель 2006 г., а уровень безработицы в 2009 г. достиг 8,8% против 6,4% в 2008 г. Падение прироста ВВП Украины в 2009 г. до –14,8%, общее ухудшение экономической ситуации в стране конечно сказалось и на объёме телекоммуникационных услуг в Украине, прирост которого в 2009 г. снизился на –0,1%.



## Макроэкономические показатели развития Украины за 2006 – 2010 гг.

Наименование показателя	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Реальный ВВП, %	107,3	107,9	102,1	85,2	104,2
Прирост реального ВВП, %	7,3	7,9	2,1	-14,8	4,2
Прирост объёма телеком-муникационного рынка, %	18,3	24,1	13,6	-0,1	1,7
Уровень инфляции, %	11,6	16,6	22,3	12,3	13,1
Уровень зарегистрированной безработицы, %	2,7	2,3	3	1,9	2
Уровень безработицы по МОТ, %	6,8	6,4	6,4	8,8	8,1

Анализ динамики прироста ВВП и прироста рынка телекоммуникационных услуг за период 2006 – 2010 гг. показал, что в Украине, как и в большинстве стран, телекоммуникации развиваются опережающими темпами относительно экономики в целом, отчасти сглаживая колебания ВВП и обгоняя стадии общего развития многих стран мира. Однако нельзя не отметить прямую линейную зависимость изменения объёма ТР от изменений ВВП Украины за анализируемый период: отслеживаются одновременные стадии развития и падения телекоммуникационного рынка и ВВП Украины. Такая зависимость определяется сущностью телекоммуникационных услуг. На современном этапе телекоммуникации стали интегральной частью любого отрасли, обеспечивая внутренние и международные потоки информации в процессе принятия деловых решений. Соответственно, увеличение или уменьшение в доходах других отраслей неизменно ведут за собой изменения в телекоммуникационной отрасли.

Как известно, одним из тяжелейших проявлений макроэкономической нестабильности является инфляция. Высокая чувствительность телекоммуникационной отрасли к макроэкономическим изменениям за последние 5 лет также отслеживается и в зависимости её объёмов от темпов инфляции. Динамика инфляционных процессов в Украине в целом свидетельствует о соответствии основным макроэкономическим трендам мировых рынков за период 2006 – 2010 гг. Однако причины отечественной инфляции, кроме макроэкономических включает и свои внутренние, так как дисбалансы в отраслевой структуре производства, низкое качество отечественной продукции значительная импортозависимость производств, политическая нестабильность.

Анализ зависимости ТР Украины от темпов инфляции за анализируемый период выявил обратную линейную зависимость изменения объёмов телекоммуникационного рынка Украины от темпов инфляции. Причём рост темпов инфляции в определённом периоде приводит к уменьшению объёмов ТР в следующем периоде. Анализ динамики показал, что увеличение инфляции на 1% приводит к потерям прироста ТР в среднем на 2,2%. Однако в обратном случае, к сожалению, не наблюдается такой же зависимости. Уменьшение темпов инфляции в 2009 г. на 10% привели к увеличению прироста рынка телекоммуникационных услуг на 1,8% в 2010 г. Это объясняется тем, что последствия повы-

шения темпов инфляции весьма разрушительны, и преодолеть их очень сложно, а вот действие инфляционных процессов отрасль телекоммуникаций ощущает очень остро. Кроме этого, так как уже упоминалось телекоммуникационный сектор экономики очень чувствителен к изменениям в других отраслях экономики, которые тоже пострадали от инфляционных процессов в Украине в период 2007 – 2010 гг.

Особое место в экономике каждой страны, находящейся на пути рыночного развития занимают прямые иностранные инвестиции. Динамика прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и выработка оптимальных условий для их привлечения и регулирования много лет находятся в центре внимания экономистов и политиков, в том числе в Украине. По оценкам ЮНКТАД, приток ПИИ в мире в 2010 г. составил 1240 млрд долл. (это на 5% больше кризисного 2009 г.) [7]. Прирост прямых иностранных инвестиций в Украину в 2010 г. составил 4655 млн долл, что всего на 4,3% выше 2009 г. (табл. 3) [8, 9]. При изучении динамики прямых иностранных инвестиций в отечественную экономику за последние 5 лет, можно выделить значительный прирост этого показателя вплоть до середины 2008 г. Экономический кризис заставил инвесторов переоценить портфели и риски. Сокращение притока иностранного капитала в Украину в 2009 г. составило 34% (с 6 млрд долл. до 4,4 млрд долл.), вернувшись к уровню 2006 г.

Высокая степень зависимости телекоммуникационной отрасли от развития всех видов экономической деятельности, несомненно делает её зависимой от притока иностранного капитала. Проведя анализ, можно определить прямую линейную зависимость прироста ТР от прироста прямых иностранных инвестиций: вплоть до конца 2008 г. зависимость ТР от чистого ППИ в экономику Украины представляла линейную структуру, с коэффициентом  $\approx 0,66$ . Однако к 2009 г. ситуация в корне поменялась: уменьшение прироста ПИИ в экономику Украины на 8,1% совпало с уменьшением прироста объёма ТР на 13,7%. Эту ситуацию продиктовала динамика прямых иностранных инвестиций в телекоммуникационную отрасль. До конца 2008 г. изменения иностранных инвестиций в телекоммуникации и изменения прироста ТР были 1 : 1, однако, вложив большое количество средств в отечественные телекоммуникации в 2008 г. (прирост составил 35,4%), иностранные инвесторы не получили ожидаемых результатов (падение прироста ТР на 10,5%) и сократили объёмы своих инвестиций в

Прямые иностранные инвестиции в экономику Украины и телекоммуникационную отрасль

Наименование показателя	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Прямые иностранные инвестиции в экономику Украины, млн долл.	21607,3	29542,7	35616,4	40053,0	44708,0
Прирост ПИИ в экономику Украины, %	27,93	36,73	20,56	12,46	11,62
Прямые иностранные инвестиции в отрасль электросвязи, млн долл.	203,6	246	400,4	452,5	585,8
Прирост ПИИ в электросвязи, %	15,74	20,83	35,4	13	29,46
Прирост телекоммуникационной отрасли, %	18,3	24,1	13,6	-0,1	1,7

отрасль (падение прироста инвестиций на 22,4%). Изменения ППИ в отрасль повлекли сокращение её объёмов. Увеличение прироста ППИ в ТР Украины в 2010 г. на 16,46% привёл к увеличению прироста ТР всего на 1,8%, что явилось следствием глубокого влияния финансово-экономического кризиса на экономику Украины в целом и на развитие телекоммуникационной отрасли, в частности. Через недостаточный уровень обеспечения предприятий связи инвестиционными ресурсами в 2009 г. замедлилось развитие телекоммуникационных сетей, внедрение новых технологий, обновление технических средств стационарных сетей. Соответственно, рост инвестиционной привлекательности телекоммуникационных предприятий и рациональное распределение ресурсов, внедрение современных методик управления капиталом предприятий электросвязи является одной из главных проблем развития телекоммуникационной отрасли.

Анализируя динамику основных макроэкономических показателей развития экономики и объёма телекоммуникационного рынка Украины за период 2006 – 2010 гг. (рис. 1), можно определить общую линейную зависимость прироста продуктов телекоммуникационной отрасли от измененной показателей развития экономики.

Однако можно с уверенностью говорить и об обратном влиянии, так как телекоммуникации играют значительную роль в ускорении развития национальной экономики и социальной сферы. Устойчивое развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры является важнейшей предпосылкой для повышения конкурентоспособности и интеграции экономики

Украины в глобальное информационное общество, позволяет расширить возможности предприятий получать доступ к национальным и мировым информационным ресурсам, улучшить условия и качества жизни человека.

Телекоммуникационная отрасль АРК динамично развивалась на протяжении ряда лет. Естественно, на формирование её объёмов влияло множество различных факторов. Анализ влияния некоторых макроэкономических факторов на развитие отрасли связи в Крыму за период 2006 – 2010 гг. представлен в табл. 4 [10, 11, 12].

Сравнительный анализ динамики основных макроэкономических показателей развития Украины и АРК за период 2006 – 2010 гг., показал, что динамика прироста ВВП и уровня инфляции в Крыму за последние пять лет практически соответствовала динамике этих показателей в расчёте на всю Украину. Значение прироста реального ВВП в АРК в 2009 г. оказалось выше, чем в расчёте на всю Украину на 5,5%. Это связано с тем, что центры отраслей, наиболее пострадавших от кризисных явлений и составляющих основную часть ВВП Украины (а именно промышленность, строительство), находятся в других областях Украины.

Анализируя динамику притока прямых иностранных инвестиций в Украину и в АРК, определяются существенные различия. В Украине приток ПИИ за последние 5 лет, нарастающим итогом имел выраженную восходящую динамику, с уменьшением прироста, начиная с 2008 г. А в АРК на 01.01.2009 г. наблюдается уменьшение иностранных инвестиций на 104,1 млн долл. (на 13,8%). Это объясняется тем, что в 2008 г., под воздействием

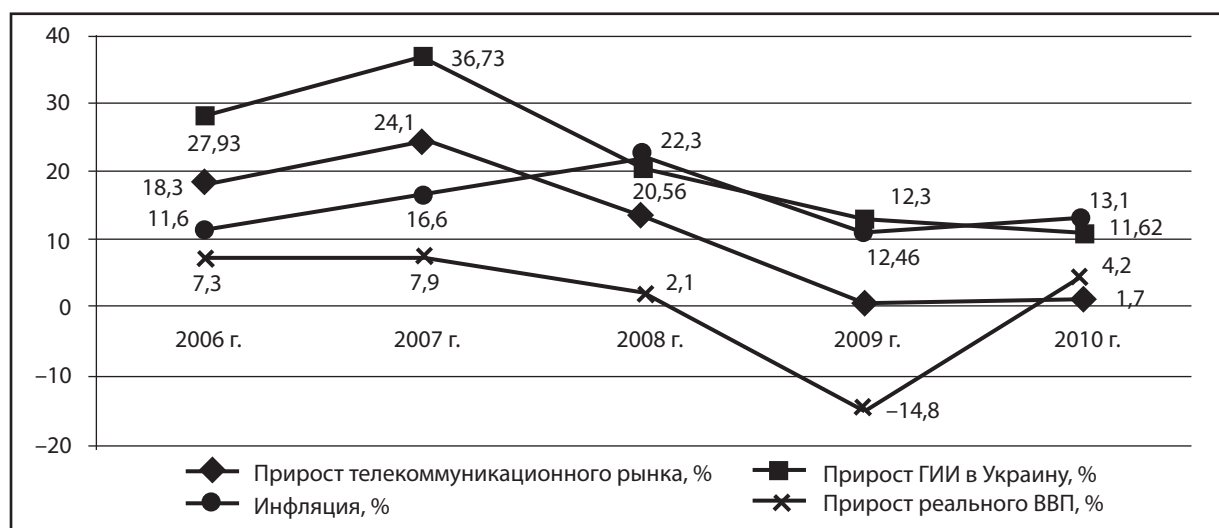


Рис. 1. Влияние макроэкономических факторов на развитие телекоммуникационного рынка в Украине

Макроэкономические показатели развития АРК за 2006 – 2010 гг.

Наименование показателя	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.
Номинальный ВВП АРК, млн грн	16044	20874	27365	27396	30910
Реальный ВВП АРК, в %	106,7	109,0	106,6	90,7	104,2
Прирост реального ВВП АРК, %	6,7	9,0	6,6	-9,3	4,2
Объём телекоммуникационного рынка АРК, млн. грн	765,5	685,5	776	759,7	734,1
Прирост телекоммуникационной рынка АРК, %	37,11	-10,45	13,2	-2	-3
Прямые иностранные инвестиции в экономику АРК, млн долл.	604,7	753,9	649,8	718,4	815,6
Прирост ПИИ в экономику АРК, %	23,88	24,67	-13,8	10,56	13,53
Прямые иностранные инвестиции в отрасль электросвязи АРК, тыс. долл.	52,3	4,5	1578,7	1702,5	1350,4
Прирост ПИИ в отрасль электросвязи, %	0	-91,4	100	7,78	-20,7
Уровень инфляции в АРК, %	11,5	15,66	23,3	14,8	9,6
Уровень безработицы в АРК, %	5,1	4,6	4,7	6,8	6,2

увеличения валютного курса долл. США, была пересчитана стоимость акций и имущества большинства предприятий, имеющих иностранные инвестиции, кроме этого наблюдалась тенденция «отзыва» иностранного капитала из АРК. Исследуя динамику влияния прироста прямых иностранных инвестиций в экономику АРК и непосредственно в телекоммуникационную отрасль на её развитие, следует отметить, что за период с 2006 – 2010 гг. наблюдалась прямая линейная зависимость развития телекоммуникационной отрасли в АРК от притока прямых иностранных инвестиций в эту отрасль.

Таким образом, исследуя динамику влияния основных макроэкономических показателей развития экономики АРК за последние 5 лет на развитие телекоммуникационного рынка (рис. 2), можно отметить, что основным макроэкономическим фактором, повлиявшим на формирование результатов отрасли оказался приток прямых иностранных инвестиций в отрасль. Такая зависимость сильно отличается от макроэкономических факторов формирования телекоммуникационной отрасли по всей Украине.

Изучив, структуру доходов услуг связи в АРК за период 2006 – 2010 гг., нами было определено, что основным источником формирования доходов предприятий

связи были услуги, оказанные населению (от 45 до 65%), то есть увеличение телекоммуникационного рынка АРК или его уменьшение в этом периоде во многом зависело и зависит от потребностей населения, а не предпринимателей. Этим определяется несоответствие динамики уровня ВВП и притока ПИИ в экономику АРК с динамикой развития телекоммуникационного рынка в АРК.

#### ВЫВОДЫ

На телекоммуникационную отрасль Украины и на потребительский рынок повлиял ряд финансовых, технологических и структурных факторов, ставших следствием мирового финансового и экономического кризиса.

Социально-экономическая система страны не сфокусирована на развитие информационного общества по причине отсутствия эффективной системы регулирования и ориентации экономики Украины к ресурсно-товарной модели.

Определяется прямая линейная зависимость изменения объёма ТР от изменений ВВП Украины, это обусловлено сущностью телекоммуникационных услуг, так как они обеспечивают внутренние и международные потоки информации в процессе принятия деловых ре-



Рис. 2. Влияние макроэкономических факторов на развитие телекоммуникационного рынка в АРК

шений, відповідно, змінення в доходах інших галузей призводять до змін у телекомунікаційній галузі.

Аналіз залежності ТР України від темпів інфляції за аналізований період виявив зворотню лінійну залежність змін обсягів телекомунікаційного ринку України від темпів інфляції – збільшення інфляції на 1% призводить до втрат прироста ТР в середньому на 2,2%.

Висока ступінь залежності телекомунікаційної галузі від розвитку всіх видів економічної діяльності робить її залежною від притоку іноземного капіталу.

Стабільне розвиток інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури є найважливішою передумовою для підвищення конкурентоспроможності та інтеграції економіки України до глобального інформаційного суспільства, дозволяє розширити можливості підприємств отримувати доступ до національних та світових інформаційних ресурсів, покращити умови та якість життя людини.

Основними факторами, що впливають на формування результатів телекомунікаційного ринку АРК є приток прямих іноземних інвестицій до галузей та ринку споживчих послуг, представлений населенням АРК. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

**1. Паньков В.** Глобалізація економіки: деякі дискусійні питання [Електронний ресурс] / В. Паньков // Безпека Європи. – 2008. – № 1. – Режим доступу: <http://www/crizes.ru/articles>.

**2. Джеппарова З. Р.** Світові фінансові кризи в умовах глобалізації економіки / З. Р. Джеппарова, В. С. Абдулгасис // Уч. записки КИПУ. Вип. 30. – Симферополь: НІЦ КИПУ, 2011. – С. 102 – 105.

**3.** Статистичний щорічник України за 2009 рік: [стат. збірник]. – [Електронний ресурс] / [ред. Осауленко О. Г.]. – К.: Держкомстат України, 2010. – 567 с. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**4. Пригода В. М.** Розвиток перспективних телекомунікаційних технологій та послуг в Україні в умовах глобалізації. / Пригода В. М. // Економіка, менеджмент, бізнес: збірник наукових праць ДУ ІКТ. – К., 2010. – № 2. – С. 27 – 34.

**5. Соломатин Е. Б.** Аналіз тенденцій розвитку галузі телекомунікацій в Росії в умовах кризи / Соломатин Е. Б. // Електросв'язь: науково-технічний журнал по провідній та радіосв'язі, телебаченню та радіовещанню. – М., 2009. – Вип. 3.

**6.** Стан і розвиток зв'язку в Україні за 2010 рік: [стат. бюлетень]. – [Електронний ресурс] / [ред. Коляченко І. В.]. – К.: Держкомстат України, 2011. – 35 с. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**7. Абдулгасис В. С.** Особливості становлення та розвитку ТНК в умовах глобалізації економіки / В. С. Абдулгасис, Абибуллаєва Д. С. // Уч. записки КИПУ. Вип. 30. – Симферополь: НІЦ КИПУ, 2011. – С. 88 – 92.

**8.** Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності у 2010 році: експрес-випуск. – [Електронний ресурс] / Державний

комітет статистики України: ред. В. О. Піщейко. – К., 2011. – № 35. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**9.** Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності: [стат. збірник]: [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України: ред. Л. М. Овденко. – К., 2011. – 62 с. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**10.** Статистичний щорічник АР Крим за 2010 рік: [стат. збірник] / [ред. Колесник В. І.]. – Симферополь: Головне управління статистики в АР Крим, 2011. – 560 с.

**11.** Ринок телекомунікаційних послуг і розвиток інформатизації в АР Крим: [економ. доповідь] / [ред. Полонська Н. О.]. – Симферополь: Головне управління статистики в АР Крим, 2011. – 41 с.

**12.** Інвестиції зовнішньоекономічної діяльності у 2010 році: експрес-випуск. – [Електронний ресурс] / Головне управління статистики в АР Крим: ред. Нагнібеда О. В. – Симферополь, 2011. – № 45. – Режим доступу: <http://sf.ukrstat.gov.ua/exprreliz.htm>

## ФИНАНСОМИКА КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ХОЗЯЙСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

ХАЛИНА О. В.

аспирантка

Харьков

**Н**а современном этапе мирового хозяйственного развития деньги становятся самостоятельной субстанцией, экономика превращается в финансомику, что деформирует структуру хозяйства, мотивы социальной активности и ценностные ориентации людей. Но если в предыдущий период основу экономической жизни составляло товарное производство, то в неэкономике – это финансы, за которыми уже следует товарное производство. В такой экономике изменились природа и роль финансов: из обеспечивающих и обслуживающих экономику и хозяйство они стали доминировать над ними.

Теоретические основы исследования экономических отношений между финансовым и реальным секторами были заложены в работах Дж. М. Кейнса, Х. Мински, Дж. Тобина. Новое качество финансового капитала описано еще К. Марксом, Р. Гильфердингом и др. Проблемы финансомики рассмотрены в исследованиях таких современных авторов, как Авдокушин Е. Ф., Белолипецкий В. Г., Беяева И. Ю., Задорожный Г. В., Коллонтай В. М., Осипов Ю. М., Сизов В. С., и др.

*Цель статьи* – показать финансовую сущность глобализационных процессов, рассмотреть этапы развития финансомики и её основные черты, охарактеризовать интеграцию финансовых ресурсов мировой экономики.

Население планеты и всеобщее мировое хозяйство оказалось на сегодняшний момент в глобальном тупике, в условиях всепоглощающего кризиса всей хозяйственной жизни. Чтобы это понять, необходимо исходить из несколько иной, «обратной», логики. Не финансовый кризис вызвал экономический, который сегодня, разворачиваясь на наших глазах, уже привёл к кризису социальному и политическому, а далее и к глобальному, а совсем наоборот: кризис мировоззренческий, сводящийся по сути к несостоятельности ряда «ценностей», привел к напряженностям политическим, экологическим, социальным и экономическим, которые в свою очередь дали начало кризису финансовому.

Стабильность, равновесие, безопасность – мнимые достижения современного общества, от которых оно ни за что не откажется. Именно поэтому реальный кризис приходит не в виде угрозы извне, будь то мировой терроризм или экологические проблемы, а наступает в виде внутренних противоречий – через финансовый кризис. Во-первых, потому что финансовый рынок, будучи зоной глобального управления, через это же является и источником глобальной нестабильности,

а, во-вторых, сам по себе кризис объективно неизбежен, и его объяснение и понимание в сугубо финансовых, экономических категориях делают его якобы относительно безопасным и управляемым. Выстраивается пирамида и финансовый рынок, будучи вершиной этой пирамиды, шатается первым. Кризис наступает не потому, что финансовый рынок оказался чувствительным к ценам на нефть, или ценные бумаги были не обеспечены, или доля финансовых спекуляций стала слишком большой и пр., а потому что назрели противоречия, которые проявили себя через него. Произошла финансизация всего экономико-хозяйственного бытия, Ю. М. Осиповым был введен в оборот термин – *финансомика* [1]. И его приняли, как обозначение господства финансов, т. е. доминирование деловым образом организованных денег над экономикой, хозяйством и всей жизнью.

Кризис уже внес существенную коррекцию в наше представление о современной экономике. Например, теперь уже никто не верит в абсолютную способность рынка к саморегуляции. Для финансомики характерна организация сверху, а не снизу, а рынок здесь – подчиненный и контролируемый подмеханизм, корректирующий кое-что внизу, но ничего всерьез не определяющий.

**С**овременный хозяйственный мир переживает глубочайшие перемены глобального характера. Изменения затрагивают как мировую хозяйственную систему в целом, так и отдельные её элементы. Мировое хозяйство перешло в новое качественное состояние, которое определяется в новейших исследованиях феноменом финансизма, неэкономикой и глобализмом [2].

По мнению многих исследователей, характер нынешнего кризиса лежит в специфике современной мировой экономики, которую из-за значительных технологических и финансово-экономических преобразований, произошедших в мире за последнюю четверть века, все чаще стали характеризовать термином «новая экономика» или «неэкономика».

Материальной предпосылкой становления неэкономики явился процесс глобализации экономического пространства. Неэкономика связана с установлением нового миропорядка и интересами всех стран в его системе. Одной из важнейших составляющих новой экономики является ее финансовая часть. А именно, финансовая экономика или финансомика, которая в наиболее заметной форме проявляется в спекулятивных перемещениях капитала, в производных финансовых продуктах, интернационализированных финансовых инструментах и т. п. Важной чертой финансомики является преобладание финансовых рынков по своим стоимостным объемам над рынками материальных товаров и ресурсов, т. е. спекулятивной части миро-

вых финансов над их инвестиционной составляющей. Так, например, к началу 2008 года мировые финансовые активы (акции, негосударственные и государственные долговые обязательства, банковские вклады) были в 3,5 раза выше мирового ВВП (195 и 55 трлн долл. США соответственно) [3, с. 11].

**В** процессе исторического развития экономических отношений денежные единицы государств подкреплялись их материальным эквивалентом – золотым запасом. На сегодняшний день Великобритания и Международный валютный фонд объявили о продаже своих золотых запасов и обеспечении своей финансовой устойчивости только за счет набора некоторых наиболее твердых валют. Этот факт является знаковым. Финансовая деятельность окончательно переходит в виртуальную сферу без постоянных материальных «представителей» того мира, который принято называть реальной экономикой.

К началу нового тысячелетия сложилось единое мировое хозяйство, в котором реальное производство в соответствии с законом сравнительных преимуществ концентрируется в Юго-Восточной Азии, Китае, Бразилии, Индии. А в промышленно-развитых странах деньги вкладываются в финансовый сектор экономики – вначале в фондовые финансовые инструменты, а затем деньги перетекают с фондовых площадок в банковский сектор [4].

Характерными чертами финансомики являются:

- ✦ превращение национальных финансовых рынков в открытые системы, объединенные в единый глобальный финансовый рынок;
- ✦ высокий уровень его ликвидности;
- ✦ огромные объемы сделок финансового рынка;
- ✦ ускорение перемещения капитала в разные географические точки;
- ✦ разнообразии применяемых финансовых инструментов;
- ✦ глобальный контроль со стороны международной финансовой олигархии над денежными потоками и фиктивным капиталом;
- ✦ использование глобального кредита посредством аккумуляции в международных финансовых структурах мирового дохода и последующим его использованием на реализацию высокоприбыльных проектов, программ и т.п.;
- ✦ взимание глобальной финансовой ренты. Финансовая рента присваивается международной финансовой олигархией посредством регулирования учетной ставки и валютных курсов, использования мировых валют, регулирования системой международных долговых отношений, деятельности международных финансовых центров;
- ✦ обострение кризиса международной задолженности;
- ✦ появление новой мировой валюты – евро;
- ✦ стандартизация и унификация нормативной базы регулирования операций на финансовом рынке.

**В** развитии финансомики можно выделить три основных этапа. *Первый этап* (конец 1950-х – 1960-е гг.) характеризуется либерализацией и интернационализацией системы международных валютно-финансовых и кредитных отношений. Именно в этот период появляются новые финансовые инструменты, такие как евродоллар, евровалюта, ценные евробумаги, т. е. международные, интернационализированные валюты и ценные бумаги. Формируются международные рынки евровалют и евторынок капиталов. В тесной связи с этим процессом возрастает роль международных финансовых центров (Лондон, Нью-Йорк, Франкфурт-на-Майне и др.), появляются офшорные центры. МФЦ функционируют как международный рыночный механизм, который служит средством управления мировыми финансовыми потоками. Это центры сосредоточения банков и специализированных кредитно-финансовых институтов, осуществляющих международные валютные, кредитные и финансовые операции, сделки с ценными бумагами, драгоценными металлами, деривативами.

*Второй этап* (1970 – 1980 гг.) связан с активизацией деятельности в международном финансовом бизнесе ведущих ТНК, ТНБ, других международных финансовых корпораций, началом тотальной финансовой либерализации. Этот этап характеризуется:

- ✦ растущим рынком евровалют и евторынком капиталов;
- ✦ становлением и развитием системы новых финансовых инструментов, в особенности производных финансовых инструментов — деривативов;
- ✦ активизацией международной деятельности разнообразных финансовых фондов (пенсионных, страховых, паевых и т. п.);
- ✦ возникновением международного кризиса задолженности;
- ✦ процессом секьюритизации.

*Третий этап* (1990-е г.– начало XXI в.) характеризуется глобализацией мировой экономики и, прежде всего, ее финансовой составляющей на базе развития информационно-коммуникационных технологий. На этом этапе происходит активная консолидация национальных фондовых рынков, а также совершенствование и развитие инфраструктуры трансграничных операций, т. е. продолжается глобализация мировой финансовой сферы и формирование финансомики, а также происходит ускоренный рост объемов и спекулятивного характера мирового финансового рынка. Если в 1980 г. мировые финансовые активы были примерно равны мировому ВВП (12 и 10 трлн соответственно), за 1990 – 2004 гг. соотношение между совокупной капитализацией акций и мировым ВВП выросло более чем вдвое – с 45 до 94%, в 2007 г. объем финансовых активов превышал мировой ВВП уже в 12 раз. Финансомика в значительной степени выступает как виртуальная экономика, в которой причинно-следственные связи, присущие реальному сектору, все более ослабевают, а иногда прерываются вообще [5, с. 18].

Следовательно, неоэкономикой управляют организации, которые выполняют в своих странах роль Центрального Банка и в чьих руках находится исключи-

тельное право денежной эмиссии и организации денежного обращения. Но поскольку процессы глобализации привели к созданию всемирной монетарной системы, то новой мировой экономикой управляет по сути Казначейство США, как эмитент, выпускающий главную до последнего времени мировую валюту – доллар США.

**И**так, основа управления новой экономикой – это управление финансами. Финансовые технологии и финансовые ресурсы окончательно превратились в элементы виртуальной реальности. Финансы (деньги) возникли и развивались в качестве универсальных единиц, необходимых при любых ресурсообменах между субъектами, включая обмен денег на деньги.

Этот мир оценок и рейтингов является принципиально виртуальным миром превращенных форм, так как он возник в результате протекания социальных (виртуальных) процессов. Известно, например, выражение К. Маркса: «Цена есть превращенная форма товара» [6, с. 72]. В процессе «финансизации» знаменитая формула Маркса T-D-T сначала преобразовалась в формулу торговли D-T-D', а затем и вовсе переродилась в чисто финансовую – D-D'. Товар в обычном смысле выпал, его заменил финансовый инструмент. Таким образом, лозунг американского бизнеса «Делать деньги» окончательно трансформировался в «Делать деньги из денег». Финансовая сфера стала как бы самодостаточной: она черпает ресурсы для своего роста в себе самой.

Финансы являются не только миром оценок и сравнений, но и специфической формой деятельности, основанной на знаниях финансового «бытия» и развивающейся сама по себе. Это своего рода финансовое «производство» со своей технологией, ресурсами, законами, наукой, формой «объективной» реальности. Если в предыдущие эпохи денежные единицы как-то соотносились с их материальными эквивалентами (головами скота, нормированным весом драгоценных металлов и т. д.), то в настоящее время они стали полностью виртуальными, и вряд ли кто-либо сможет ответить на вопрос, что представляют собой доллар США, фунт стерлингов, иена, рубль. Эти совершенно условные единицы могут служить эквивалентом стоимости только по отношению друг к другу. Произошло выделение финансовой экономики в самостоятельную, быстро развивающуюся и независимую сферу деятельности со специфическими закономерностями, эффективными инструментами, технологиями и ресурсами, слабо связанную с реальной экономикой.

*Финансовые инновации* – новые финансовые продукты, технологии и институции – в последние годы оказывают все большее влияние на экономическую деятельность во всем мире. Это породило, в частности, феномен, когда деятельность финансовых институтов – фондового, валютного и кредитного рынков – в некоторых случаях может создавать угрозы разного масштаба от локального до глобального в виде финансовых кризисов. Происходит надувание финансовых «пузырей», по терминологии Дж. Сороса [7], состоящих из фиктивных финансовых ресурсов, подобных фальшивым денежным средствам, не имеющим под собой никакого реального обеспечения.

Однако такие финансы по статусу ничем не отличаются от «настоящих» денег, определяющих финансовую мощь государства. Объемы «бешеных» денег столь велики, что в критических ситуациях они способны повергнуть в руины финансовые системы крупных государств или вызвать мировой финансовый кризис, сравнимый с крупной экологической катастрофой.

Такие накопленные финансовые ресурсы представляют угрозу национальной безопасности государств, которая пока не всеми осознана. Спекуляции фиктивным капиталом значительно опережают материальное производство по темпам роста. Множатся формы кредитования, возник удивительный феномен нелимитированного источника кредита.

**А**бстрактный характер манипулирования финансовыми инструментами ведет к тотальной спекуляции, к символической, виртуальной форме фиктивного капитала, его отрыву от функционирования и движения реального материального производства. Виртуальные технологии в сфере финансовой экономики обретают признаки независимого и самодостаточного фактора. Это уже стало крупной специальной проблемой, которая требует отдельного рассмотрения. И здесь же нужно отметить, что в целях финансовой безопасности требуется выработать систему согласованных регулирующих и запретительных мер на уровне мирового сообщества.

Финансы, как важнейший виртуальный ресурс субъектов, существует в нескольких формах. Финансы, обслуживающие реальную экономику, являются ее «отражением». Здесь существует довольно четкая взаимосвязь между ними, хорошо изученная и представленная экономическими науками, теориями и законами. Также финансы существуют и в виде самостоятельной и независимой формы деятельности, функционирующей на собственной базе в соответствии со своими законами, логической системой, инструментами, технологиями, присущими только ей. Такая деятельность направлена на увеличение финансовых ресурсов (капитала) собственными методами, часто без непосредственной увязки с «реальной» экономикой. Такой вид финансовой деятельности принято называть спекулятивной деятельностью, порождающей фиктивные финансовые ресурсы. Его обслуживают развитая инфраструктура, передовая наука, технические и информационные средства, технологии и подготовленные кадры. На этой деятельности, вполне законной, паразитируют как рядовые граждане некоторых развитых государств, так и разнообразные организации, от мелких фирм до крупных международных корпораций, а также целые государства, что порождает угрозы разного масштаба.

Наконец, финансы существуют как отрасль знаний, как наука. Она порождает передовые финансовые технологии, многообразные и изощренные финансовые инструменты, позволяющие более эффективно использовать существующие финансовые ресурсы и способы ускоренного продуцирования новых. Например, А. Левенчук описывает современную систему финансовых взаимоотношений, основанную на системе «прав на

права», в рамках теории прав собственности [4]. К финансовым инструментам (финструментам) он относит серию стандартизованных отчуждаемых и обрабатываемых на рынке взаимозаменяемых пучков разнообразных прав (соответственно, и обязательств), установленных правами на сами эти права. К финструментам относятся деньги, акции, облигации, ваучеры, а также производные от них финструменты – варранты, опционы и т. д., всего их многие десятки. Финансовая сфера стала выполнять функции виртуальной инфраструктуры, технологически обслуживающей субъектное бытие человека. Существует и торговля, к примеру, квотами на выброс вредных газов или на вылов рыбы и т. д. Даже такие понятия, как «уровень доверия», «ожидаемые прибыли» и другие являются виртуальными ресурсами.

**В**сё это порождает необозримые возможности конструирования и обращения все новых и новых виртуальных ресурсов. В последней четверти XX века – начале XXI века наметилась тенденция к усилению концентрации финансовых операций в рамках международных и региональных финансовых центров. Некоторые из них являются традиционными финансовыми центрами, другие – относительно молодыми. Так, в Германии ведущие позиции занимает Франкфурт-на-Майне, во Франции Лион уступает позиции Парижу, в Австралии Мельбурн – Сиднею. В этих странах возрастание значения ведущего центра связано с ускоренным его развитием, а не со свертыванием деятельности его конкурентов. Большинство ведущих центров добиваются статуса мирового или регионального финансового центра, концентрируя непропорционально большую долю международных операций. Например, в Нью-Йорке сосредоточено более 2/3 всех активов иностранных банков, действующих в США. Глобализация рынков финансовых услуг, сопровождающаяся концентрацией участников и операций, способствует интенсивному росту и консолидации мировых финансовых центров. На долю трех городов – Лондона, Нью-Йорка и Токио – приходится более 1/3 мировых титулов собственности, находящейся в управлении институциональных инвесторов, и более половины объема операций валютных бирж мира [8]. Многие страны демонстрируют заинтересованность в создании на своей территории мировых или, по крайней мере, региональных финансовых центров, так как подобные центры способствуют значительному притоку капиталов в страну, улучшают инвестиционный климат, увеличивают налоговые поступления и обеспечивают рост занятости. Для этого необходимо привлечь крупные финансовые институты, заинтересовать эмитентов и инвесторов из разных стран. В настоящее время разворачивается серьезная конкуренция между различными мировыми и региональными финансовыми центрами. При 37 миллионах компаний, зарегистрированных на планете, мировой экономикой правит мегакорпорация из 147 тесно связанных друг с другом транснациональных групп, которым в общей сложности принадлежит 40 процентов глобальных активов. К такому выводу пришли эксперты из расположенного в Цюрихе Швейцарского федерального технологического

института, результаты исследования которых опубликовал журнал «Нью сайентист» [9]. Более широкий список включает 1318 транснациональных корпораций. Самое любопытное, что их официальные доходы составляют немногим более 20 процентов глобальной операционной выручки, однако через своих аффилированных партнеров – а у каждой из этих корпораций таковых в среднем по два десятка – они владеют большинством «голубых фишек» и производящих компаний реального сектора экономики, увеличивающих их долю в общемировой прибыли еще на 60 процентов. Как пояснил автор исследования Джеймс Глаттфельдер, сама по себе концентрация власти в экономике не является ни позитивным, ни негативным моментом. Однако потенциальная угроза заложена в слишком большой взаимосвязи этих корпораций. Во всяком случае, как показал глобальный финансово-экономический кризис 2008 года, подобные структуры являются неустойчивыми к форс-мажорным сценариям, так как порождают внутри себя цепную реакцию. «Если одна из компаний попадает в бедственное положение, то этот процесс начинает распространяться и дальше», – считает Глаттфельдер [9].

**М**ировые финансовые центры (МФЦ) постепенно превращаются в мощные информационно-аналитические и организационно-управленческие комплексы, обладающие значительным кредитным потенциалом. Ведущие позиции в МФЦ занимают фирмы, обслуживающие их потребности, в том числе юридические и аудиторские, а также управленческие консультанты (McKinsey, Ernst and Young Global Limited, Deloitte Touche Tohmatsu и др.) [9]. Кроме того, МФЦ привлекают широкий круг специалистов (экспертов по сопоставительному экономическому и юридическому анализу и др.), которые занимаются анализом состояния и перспектив мирового хозяйства и экономики стран мира. Возрастает значение аналитических центров, способных обеспечить проведение междисциплинарных исследований, подготовку индексов и рейтингов (Moody's, Standard and Poor's и др.) [9]. В последние годы одной из основных функций финансовых институтов МФЦ становится выработка и реализация, совместно с международными финансовыми организациями и ведущими западными государствами, долгосрочной стратегии укрепления и расширения сложившейся в конце XX века мировой финансовой системы. Разрабатываются «правила игры» на финансовых рынках, модифицируется институционально-правовая система деятельности финансовых институтов для обеспечения максимально свободного доступа к рынкам финансовых услуг. Если глобализация мировой финансовой системы будет продолжаться, то через 15 – 20 лет слабые национальные финансовые рынки могут быть просто поглощены более мощными региональными и международными финансовыми рынками, что, по меньшей мере, означает ухудшение конкурентоспособности страны в мировом масштабе, а также чревато угрозами для национальной экономической безопасности. Поэтому Украине необходимо развивать и укреплять свой финансовый рынок и привлекать к нему соседние страны.



**М**ожно сделать общие выводы о том, что характерными чертами неэкономии являются следующие: усиление макрорегулирования мирового экономического хозяйства со стороны субъектов глобального регулирования (финансовых центров, ТНК, международных экономических организаций); гигантское развитие информационно-финансовой инфраструктуры, обеспечивающей «магистраль» для быстрого перетока капитала из одной точки земного шара в другую; утверждение финансизма как целеполагающего принципа развития неэкономии и формирование нового геоэкономического атласа мира. Материальной основой неэкономии стало развитие информационно-финансовых инфраструктур, главным объектом макрорегулирования – мировые финансовые потоки, а целью такого макрорегулирования – получение финансовой ренты, установление нового миропорядка. Главными общественно значимыми субъектами современной эпохи являются финансовые центры, а такие новые экономические явления, как финансизм и финансовая рента проявляются во всех сферах хозяйственной деятельности. Финансовая система начала жить своей собственной жизнью, отодвинув на второй план свои функции по отношению к реальной сфере экономики. Доля финансового сектора в мировом ВВП резко возросла. В развитых странах он стал доминировать над реальным сектором как по доле в ВВП, так и по своей роли в экономике. Финансовые рынки значительно превзошли реальные по объемам, а цены на деривативные инструменты (часто спекулятивные) стали оказывать сильное воздействие на рынки реальных товаров. Доля фиктивного капитала предприятий развитых стран преобладает в структуре активов, а доходы от операций на финансовых рынках занимают существенное место в структуре доходов этих

предприятий. Население развитых стран все большую часть своих свободных средств переводит в форму различных финансовых инструментов, а доля депозитов банков сокращается. Значительная часть населения в решающей степени связывает свое благосостояние с положением на финансовых рынках. ■

#### ЛИТЕРАТУРА

1. **Осипов Ю. М.** Экономическая теория на пороге XXI века. Т. 4. Финансовая экономика.– М., 2002.– 637 с.
2. **Задорожный Г. В., Олефир В. Н.** Хозяйственное развитие: определение и основные характеристики в формате постнеклассической науки // Социальная экономика.– 2008.– № 3-4.– С. 89 – 97.
3. **Сизов В. С.** Новая экономика как «лжеэкономика» // Вопросы новой экономики.– 2009.– С. 3 – 18.
4. **Левенчук А. И.** От финансовой алхимии к химии финструментов. [Электронный ресурс].– Режим доступа : [http://www.libertarium.ru/l\\_libsb3\\_2-2](http://www.libertarium.ru/l_libsb3_2-2)
5. **Авдокушин Е. Ф.** Финансовая экономика в системе новой мировой экономики // Философия хозяйства.– 2007.– № 6.– С. 15 – 27.
6. **Маркс К.** Капитал. Том 1.– М., 1983.– С. 72 – 73.
7. **Сорос Дж.** Мыльный пузырь американского превосходства. На что следует направить американскую мощь.– М. : Альпина Бизнес Букс, 2004.– 192 с.
8. Институт проблем предпринимательства. [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.ipnou.ru/article.php?idarticle=006016>
9. **Andy Coghlan and Debora MacKenzie.** Revealed – the capitalist network that runs the world // New Scientist magazine, 2011, № 2835. – pp. 8-9. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.newscientist.com/article/mg21228354.500-revealed--the-capitalist-network-that-runs-the-world.html>

## ФАКТОРНАЯ МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ВЫХОДА НА НОВЫЕ ЗАРУБЕЖНЫЕ РЫНКИ

НАГАИВСКАЯ Д. Ю.

Харьков

**Ф**инансово-экономический кризис стал основанием для детальной диагностики на предприятиях факторов внешней и внутренней среды, стратегий развития с целью сохранения позиций предприятий на отечественных и зарубежных рынках. Имидж предприятия является одним из стратегических факторов его развития и совершает все большее влияние на его конкурентоспособность, а вместе с тем повышает его стоимость и влияет на характер взаимоотношений с партнерами, государственными учреждениями и органами местного самоуправления, населением.

Вопросам формирования имиджа посвящены работы зарубежных и отечественных ученых, однако практически отсутствуют работы, в которых проведена адаптация зарубежного опыта к современным условиям ведения предпринимательской деятельности в Украине. Разработка теоретических положений и методического инструментария в отношении формирования высокого имиджа предприятия в условиях выхода на зарубежные рынки является актуальной научной проблемой.

Проблемам формирования имиджа предприятия, а также вопросам выхода предприятий на зарубежные рынки посвящены работы Блэка К., Даулинга Г., Джи Б., Котлера Ф., Ламбена Ж.-Ж., Палехи Ю., Перельгиной Е., Почепцова Г., Хомуленко Т. и многих других ученых [1, 2 – 5, 7, 12, 14, 15].

*Цель работы* – разработать теоретически-методическое обеспечение повышения имиджа предприятия как основы реализации стратегии выхода на зарубежные рынки. Объектом исследования является процесс формирования имиджа предприятия в условиях выхода на новые зарубежные рынки, предметом – теоретическое и методическое обеспечение формирования имиджа предприятия как основы реализации стратегии выхода на новые зарубежные рынки.

Имидж предприятия является одним из его главных активов, а длительность жизни значительно превышает срок существования произведенных товаров и самих предприятий. Как отмечает Котлер Ф., «все компании-производители стремятся к формированию устойчивого, благоприятного имиджа своих марок» [7, с. 25]. Под влиянием имиджа и формируется отношение потребителя к продукту или услуге.

Согласно определению в словаре эстетики, «імідж – це уявлення щодо речей та людей, яке формується (як правило, цілеспрямовано) ЗМІ, включаючи рекламу» [15, с. 13]. Представленная дефиниция имиджа базируется на подходе, согласно которому имидж является результатом рекламной деятельности. В определении имидж рассмотрен в плоскости вещей и людей, поэтому в целях данного исследования требует доработки и перенесения на плоскость функционирования субъектов предпринимательской деятельности.

Котлер Ф. представляет определение имиджа, основанное на системе впечатлений: «имидж – это набор представлений, идей и впечатлений индивида о конкретном объекте» [7, с. 392]. Определение не раскрывает механизма формирования имиджа, не конкретизирует индивида, у которого формируется данная система представлений, и не объясняет отличия между представлением, идеей и впечатлением о конкретном объекте, а поэтому требует дальнейшей конкретизации.

Перельгина Е. приводит следующее определение имиджа: «Імідж – це перш за все символічний образ суб'єкта» [13, с. 22]. Основой формирования данной дефиниции является символьная система. Определение не отражает взаимосвязей между объектом и аудиторией, механизма формирования и сущности имиджа. Ввиду этого его использование является невозможным в рамках совершения данного исследования.

Согласно мнению Хомуленко Т., «імідж у широкому розумінні – комплекс своєрідних рис і характеристик різного походження, які є засобом формування в аудиторії певного уявлення про будь-який предмет, інститут або особу» [15, с. 12]. Следует отметить, что в этом определении имидж не отождествляется с представлением об определенном объекте, сформированном под влиянием определенных факторов, а выступает в роли средства формирования представления. Таким образом, имидж является не результатом влияния, а инструментом его реализации. Согласно мнению автора, имидж является стойкой факторизованной структурой по сравнению со склонным к изменениям представлением, а поэтому выступает в отношении последнего результирующей величиной.

В данной работе мы будем использовать определение имиджа промышленного предприятия, предложенное Чубуковой Л.: «имидж промышленного предприятия – целостное устойчивое представление различных субъектов взаимодействия о предприятии, создаваемое через процессы коммуникации» [16, с. 8]. В данной дефиниции очерчены субъекты, задействованные в процессе формирования имиджа, характер и сущность, а также механизмы создания имиджа.

Таким образом, на основании проведенного анализа можно выделить три подхода к исследованию имиджа предприятий:

- ✦ на основании системы впечатлений;
- ✦ на основании символьной системы;
- ✦ как результат рекламной деятельности.

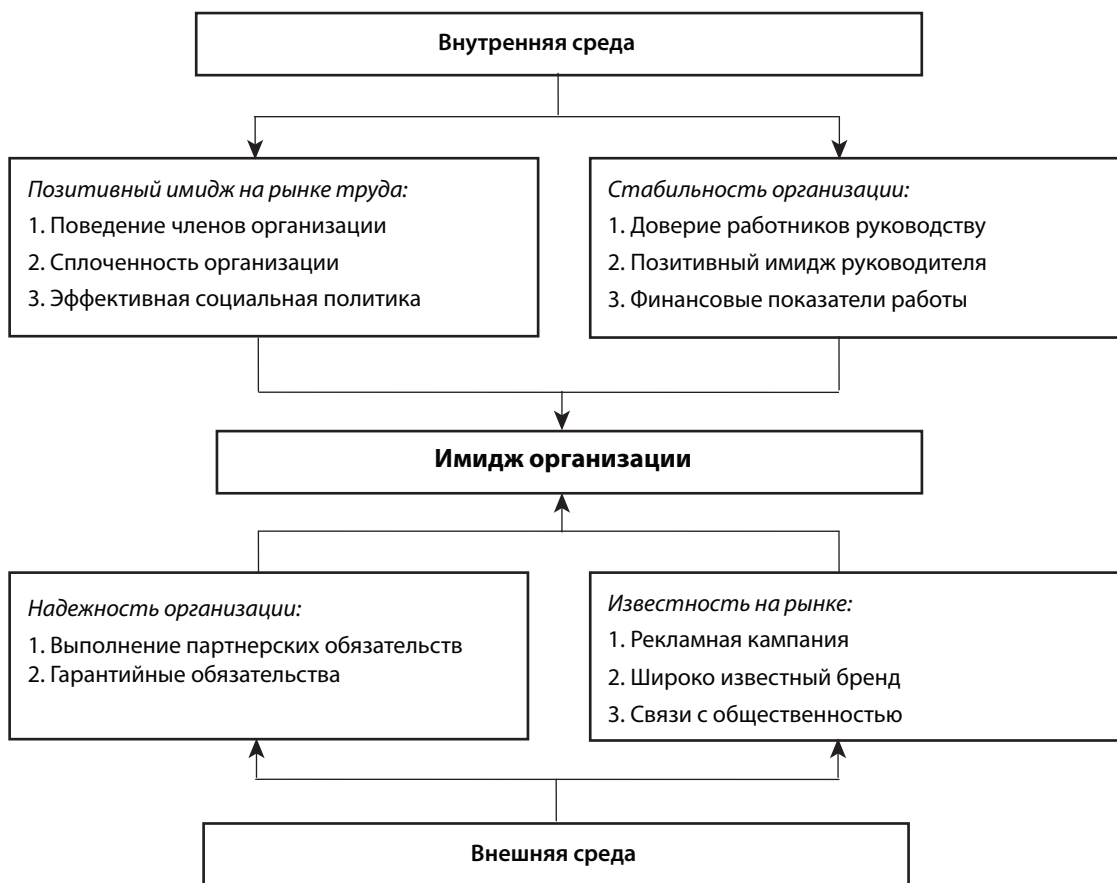
Структура имиджа тесно связана с факторами, влияющими на формирование имиджа организации. Орбан-Лембрик Л. отмечает, что «імідж організації та персоналу має зовнішню форму (одяг, манера поведінки) і внутрішній зміст (провідна ідея), про взаємодієвідповідність, динамічну єдність і рівновагу яких слід дбати постійно» [10, с. 543] и подчеркивает, что на имидж организации и ее персонала существенно влияют символы, атрибуты, название, фирменный (товарный) знак, девиз, фирменный стиль и др.

Факторы внешней и внутренней среды, которые влияют, согласно мнению Горового Д. и Ковалева Д., на имидж предприятия, представлены на *рис. 1* [6, с. 78].

К группе факторов внутренней среды, связанных со стабильностью организации, авторы относят доверие сотрудников к руководству, позитивный имидж руководителя, финансовые показатели работы; к факторам, связанным с позитивным имиджем на рынке труда – поведение членов организации, ее сплоченность, эффективную социальную политику. К группе факторов внешней среды, связанных с надежностью организации, относятся выполнение партнерских обязательств и гарантийные обязательства. На известность предприятия на рынке влияют рекламная кампания, широко известный бренд и связи с общественностью.

Авторы подчеркивают, что на формирование позитивного имиджа предприятия на рынке труда свое влияние совершает эффективная социальная политика, которая «повинна включати в себе заходи, які приносять користь суспільству в цілому не лише через задоволення потреб своїх працівників, але і напряму задоволення поточних потреб, врахування довгострокових інтересів, інформування споживачів про підприємство, його продукцію і види діяльності), а також решти населення країни (захист навколишнього середовища, участь підприємства в соціальних загальнодержавних програмах, відрахування підприємством коштів у благодійні фонди, формування соціальної привабливості підприємства)» [6, с. 78].

Автор считает, что приведенная схема факторов, влияющих на имидж предприятия, предложенная Горовым Д. и Ковалевым Д., требует большей детализации. Так, не все элементы схемы относятся к факторам



**Рис. 1. Факторы, влияющие на формирование имиджа предприятия**

внутренней и внешней среды. К факторам, влияющим на имидж, можно отнести: позитивный имидж на рынке труда, стабильность организации, надежность организации, известность на рынке. Остальные элементы схемы относятся же не к факторам, а к структурным элементам имиджа (поведение членов организации, сплоченность организации, эффективная социальная политика; доверие работников руководству, позитивный имидж руководителя, финансовые показатели работы; уровень выполнения партнерских обязательств, гарантийные обязательства; эффективность рекламной кампании, широко известный бренд, связи с общественностью).

По мнению автора, необходимым заданием в процессе разработки имидж-стратегии предприятия является выделение факторов, влияющих на имидж и управление которыми может входить в компетенцию предприятия, а также выделение наиболее важных структурных элементов имиджа. Например, к таким элементам можно отнести: соблюдение требований законодательства, качество товаров и услуг, социальная защита сотрудников, инновационность и экологичность производства, информационная открытость предприятия и внедрение социально ответственного маркетинга (рис. 2).

Соблюдение требований законодательства в сфере деятельности предприятия предусматривает высокий уровень соблюдения предприятием требований действующей нормативно-правовой базы не только государства, на территории которого осуществляет свою деятельность предприятие, но и тех государств, выход на рынки которых уже совершен или же запланирован.

Высокое качество товаров и услуг предполагает не только соблюдение требований действующего законодательства (в том числе стандартов качества продукции, сертификационных требований), а также инициативу предприятия относительно предложения на рынке качественного продукта с учетом потребностей и пожеланий потребителей; недопущение производства и реализации продукции, вредной для здоровья, морали, жизни и имущества потребителей, а также окружающей среды и общества в целом [11, с. 178].

Следует обратить внимание на соблюдение стандартов, которые не требуют сертификации, однако являются весомым инструментом повышения имиджа предприятия. Например, Европейские стандарты серии EN 29000 и EN 45000, регламентирующие разработку систем качества, оценивания соответствия, сертификации систем качества и аккредитации органов по сертификации.

К таким стандартам относится и Международный стандарт ISO 26000 – Руководство по социальной ответственности – обеспечивающий согласованное управление в организациях частного и государственного секторов экономики путем внедрения концепции социальной ответственности во всем мире. Стандарт ISO 26000 направлен на достижение следующих целей:

- ✦ теоретическое обоснование понятия социальной ответственности бизнеса;
- ✦ разработка рекомендаций относительно принципов и условий ведения социально ответственного бизнеса;

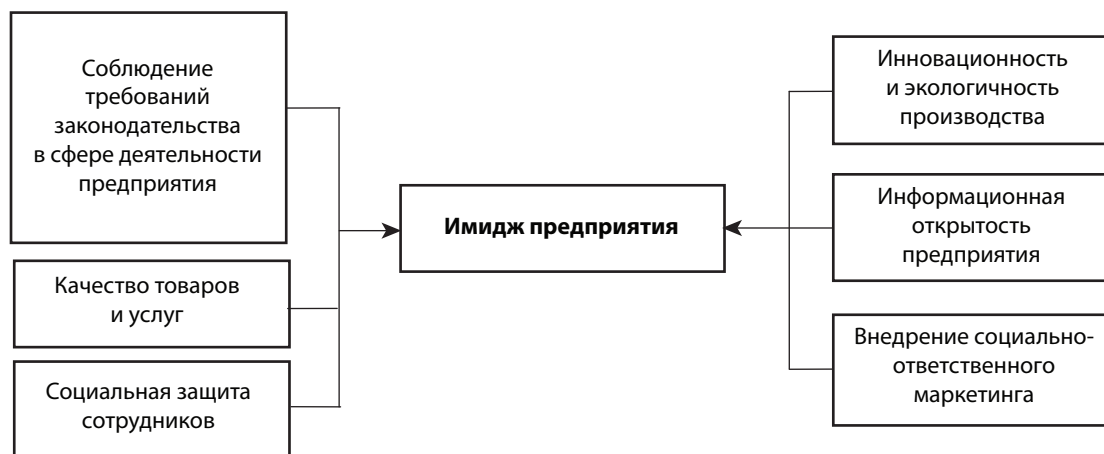


Рис. 2. Факторная модель формирования имиджа предприятия

- ✦ накопление и распространение опыта относительно внедрения и успешной реализации социально ответственного бизнеса.

Стандарт ISO 26000 можно добровольно использовать в отношении организаций любого типа, в том числе государственных структур, с целью повышения уровня социальной ответственности предприятия. Внедрение стандарта ISO 26000 на предприятии будет способствовать повышению его имиджа и укреплению принципов ведения экономической деятельности на основании концепции социальной ответственности.

Целью повышения конкурентоспособности предприятия, в условиях выхода предприятия на зарубежные рынки, необходимым является проведение сертификации и аудита на соблюдение требований зарубежных стандартов в сфере разработки и внедрения менеджмента качества, управления рисками, внедрения принципов социальной ответственности бизнеса. Например, немецкого агентства по сертификации Tüf либо французской Bureau Veritas Ukraine. Так, Bureau Veritas Ukraine, которая имеет представительства в преобладающем количестве стран мира, предлагает широкий спектр сертификационных услуг, среди которых деятельности предприятия соответствуют сертификаты OHSAS 18001 (управление рисками – профессиональная безопасность и охрана труда), ISO 9001 (менеджмент качества) и SA 8000 (стандарт социальной ответственности).

*Социальная защита сотрудников* предусматривает, прежде всего, соблюдение предприятием требований Кодекса законов про труд, а также улучшение условий труда, стабильность выплаты заработной платы и ее достойный уровень, наличие перспектив карьерного роста и повышения заработной платы и др.

*Инновационность и экологичность производства.* Под инновационностью производства имеется ввиду внедрение передовых технологий и достижений научно-технического прогресса, рационализаторских решений с целью сокращения затрат на производство продукции и повышения ее качества. Экологичность производства отражает направленность деятельности предприятия на сохранение природных ресурсов и защиту окружающей

среды путем использования экологически безопасных технологий.

Информационная открытость предприятия непосредственно связана с его коммуникационной политикой и находит свое отражение в СМИ. Однако ее не следует отождествлять со связями с общественностью (PR) или рекламированием. Информационная открытость предусматривает предоставление исчерпывающей (в рамках действующего законодательства) информации о деятельности, продукции, финансовых показателях деятельности, планах предприятия на будущее и т.д. Рекламирование и PR являются инструментами маркетинговой политики коммуникаций и в современных условиях преимущественно освещают факты деятельности предприятия, «выгодные» для его руководства и организации в целом.

Социально ответственный маркетинг, согласно мнению автора, можно определить как совокупность производственных отношений, необходимых для обеспечения эффективного взаимодействия между спросом и предложением в условиях конкурентного обмена для наиболее полного удовлетворения потребностей членов общества путем повышения качества продукции, улучшения условий труда, действий по охране и восстановлению окружающей среды с целью получения конкурентных преимуществ на рынке и повышения уровня благосостояния граждан государства [9, с. 11].

Ведущие украинские компании уделяют большое внимание формированию имиджа предприятия при стратегическом планировании своей деятельности. 27 сентября 2010 года газетой «Дело» был опубликован рейтинг наиболее дорогих торговых марок Украины, разработанный при участии финансово-аналитической группы «Про-Консалтинг» [17]. Расчеты были проведены с использованием методики компании Interbrand путем определения размера доходов, которые генерирует известный бренд. Участие в проекте приняли 70 украинских брендов национального масштаба за исключением торговых марок промышленных и финансовых компаний. Перечень самых дорогих украинских брендов возглавила компания «Київстар», стоимость торговой марки которой, согласно подсчетам экспертов, соста-

вила 2,52 млрд долларів США. В тройку лідерів також вошли компанії «Епіцентр» і «Наша Ряба», вартість бренду яких склала 691,67 і 599,48 млн долларів США відповідно.

Таким образом, успех деятельности предприятия зависит не только от продукции и условий ее производства, но и от его имиджа. Ввиду этого формирование, поддержка и развитие имиджа требует взвешенной, основательной деятельности по созданию, закреплению и усилению положительного отношения общества. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Блэк К.** Конкретный и конкурентный PR. Прямое и эффективное руководство для специалистов по PR, имиджу и рекламе / К. Блэк; Пер. с англ. Д. Воронина.– М. : Изд-во «Эксмо», 2004.– 270 с.
2. **Даулинг Г.** Репутация фирмы. Создание, управление и оценка эффективности : Пер. с англ.– М. : ИМИДЖ-Контакт, ИНФРА-М, 2003.– XXVI, 367 с.
3. **Джи Б.** Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение.– СПб. : Питер, 2000.– 221 с.
4. **Котлер Ф.** Основы маркетинга : Пер. с англ.– М. : Бизнес-книга, 1995.– 670 с.
5. **Ламбен Жан-Жак.** Стратегический маркетинг. Европейская перспектива : Пер. с франц.– СПб. : Наука, 1996.– 589 с.
6. **Лисица Н. М.** Социальная политика предприятия на основе социально-этического маркетинга / Н. М. Лисица, В. А. Вовк // Экономика развития.– 2004.– № 1(29).– С. 104 – 106.
7. **Маркетинг менеджмент.** Котлер Ф. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук.– СПб. : Питер, 2006.– 464 с.
8. **Межерицька О.** Впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих закладах освіти // Теорія та методика управління освітою.– 2010.– № 3.
9. **Нагайвская Д. Ю.** Социальная ответственность бизнеса как следствие государственного регулирования экономики // Бизнес Информ.– 2010.– № 10.– С. 10 – 15.
10. **Орбан-Лембрик Л. Е.** Психология управления : Посібник.– К. : Академвидав, 2003.– 567 с.
11. **Орлов П. А.** Социально ответственный маркетинг : современные проблемы теории и практики // Бизнес Информ.– 2010.– № 9.– С. 175 – 185.
12. **Палеха Ю. І.** Іміджологія : Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закладів / Ю. І. Палеха, За заг. ред. З. І. Тимошенко; Європейський університет.– К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005.– 322 с.
13. **Перельгина Е. Б.** Имиджология.– М.: Дело, 2002.– 316 с.
14. **Почепцов Г. Г.** Символы в политической рекламе.– К. : Принт-сервис, 1997.– 332 с.
15. **Хомуленко Т. Б.** Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : Монографія / Т. Б. Хомуленко, Ю. Г. Падафет, О. В. Скориніна; Науково-дослідний інститут педагогіки та психології ім. В. О. Сухомлинського Харківського національного педагогічного університету ім. Г. С. Сковороди.– Х. : ІНЖЕК, 2005.– 269 с.
16. **Чубукова Л. В.** Стратегическое управление имиджем промышленного предприятия в условиях конкуренции : Автореферат. Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством.– Ижевск : Изд-во ИжГТУ, 2007.– 21 с.
17. **Интернет-сторінка інформаційного порталу «Подробности».**– [Електронний документ].– Режим доступу : <http://www.podrobnosti.ua/>. – Дата доступу: 01.06.11.

## О НЕСОИЗМЕРИМОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА НА РАЗНЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ СТУПЕНЯХ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ

РАССОХА И. Н.

Харьков

**З**адача данной статьи – рассмотрение вопроса о правомерности сравнения производительности труда людей на принципиально разных исторических ступенях развития культуры. Далее будет обоснован вывод о принципиальной несоизмеримости количества затраченного труда, в частности, по количеству потраченного рабочего времени, в связи с принципиальным изменением качества такого труда.

Некоторые исследователи заявляют, что «воздействие хозяйственного развития на социальную эволюцию доклассовых и раннеклассовых обществ неверно было бы объяснять через возрастание производительности труда, создавшей не имевшуюся до того возможность производить прибавочный продукт» [1, с. 89]. Излюбленный аргумент их состоит в подсчете того вре-

мени, которое люди в разных обществах затрачивали на добывание средств жизни – иначе говоря, «на работу». Например: «К настоящему времени собран уже довольно значительный объем информации, показывающий, что даже низшим охотникам и собирателям XIX – XX вв., оттесненным своими более развитыми соседями в едва ли не наиболее скудные зоны обитаемого мира, для получения «необходимого жизненного минимума средств к существованию» было достаточно затрачивать в среднем лишь 3-4 часа труда малой интенсивности в день» [2, р. 23 – 32]. При этом и ранние земледельцы работали примерно столько же: и те и другие могли производить прибавочный продукт, но не делали этого.

На это следует возразить, что «для получения «необходимого жизненного минимума средств к существованию» достаточно затрачивать в среднем лишь 3-4 часа труда малой интенсивности в день» и в наше время: примерно столько же его затрачивают, скажем, бомжи на поиск пустых бутылок. И точно так же бомжи не хотят производить прибавочный продукт, хотя в принци-

пе и могли бы. И точно так же они не делают запасов, даже на зиму. Зато уж в пустых бутылках или, скажем, в том, что можно найти на свалке, они разбираются не хуже, чем бушмены – в своих местных кореньях и съедобных личинках.

**Н**екотрые исследователи сейчас снова описывают общество дикарей чуть ли не как «золотой век», когда люди были более счастливы, чем сейчас. Что ж, счастье – категория субъективная... Каждый из нас легко может стать столь же счастливым, как и первобытные дикари: для этого надо всего лишь стать бомжом. Первобытные охотники-собиратели все «вели бродячий образ жизни», т. е. все были бомжами. Это просто такой образ жизни: его технологическая особенность именно в том и состоит, чтобы не делать регулярных запасов. Между прочим, в доиндустриальную эпоху процент бомжей (бродяг, нищих) в обществе был куда большим, чем сейчас.

Как только дикари (или наши бомжи) начинают делать запасы жизненных благ, они перестают быть бомжами: ведь для хранения запасов необходим свой постоянный дом. Этот дом может быть передвижным (юрта, чум; сейчас – трейлер или просто палатка), но это – уже постоянное место жительства. А значит, образ жизни у таких людей с собственным домом и постоянными запасами (в том числе в виде живого скота, огородов и т. д.) – как минимум уровень варварства. И при достаточно развитых технологиях, в частности, при земледелии невозможно не делать запасов: они обусловлены самим характером производственного процесса.

Есть точка зрения, что в более развитых обществах производительность труда может быть ниже, чем в отсталых: «Имеются все основания утверждать, что по крайней мере в некоторых классовых обществах производительность труда в сельском хозяйстве была заметно ниже, чем у многих доклассовых ранних земледельцев. (...) К. Кларк и М. Хасвелл [3, р. 81 – 83] приводят сопоставимые данные по производительности труда у ранних земледельцев Тропической Африки и развитых земледельцев Китая. У первых она колеблется в пределах 1,3 – 1,75 кг зернового эквивалента в час, у вторых – 0,3 – 1,0 в час. (...) По-видимому, имеются определенные основания предполагать существование достаточной тенденции к заметному (в 1,5 – 2 раза) удлинению рабочего дня при переходе к развитому земледелию» [1, с. 80].

Это можно было бы сказать и проще: китайцы, как и все развитые земледельцы, имеют заслуженную репутацию более трудолюбивых людей, чем африканцы. Но приводимые здесь цифры рабочего времени не сопоставимы: образ жизни китайцев позволил им обеспечить среднюю плотность населения, в десятки раз превышавшую плотность населения Тропической Африки. То есть десять китайцев успешно выживали на такой территории, где один африканец умер бы с голоду. Так у кого же из них выше производительность труда?

Возьмем два насоса: один может качать два литра воды в секунду на высоту не выше одного метра, а другой – один литр в секунду на высоту десять метров. Какой из насосов в общем производительней? – Очевид-

но, что в общей форме этот вопрос не имеет смысла. До высоты в один метр первый насос лучше. Но если нам нужно поднимать воду во всем диапазоне значений от 0 до 10 метров, то в большинстве случаев второй насос производительней хотя бы потому, что первый выше одного метра воду вообще не качает. Если один работник вообще не умеет делать большинство тех операций, которые делает другой, но зато некоторые делает быстрее, то у кого из них двоих выше производительность труда? – Очевидно, что в общем случае у более умелого работника. Но в реальной жизни первый работник может за свои более узкие умения получать лучшую зарплату, чем специалист более широкого профиля.

Думается, сам термин «производительность труда» имеет смысл лишь в том случае, когда сравниваются полностью однотипные трудовые операции.

**В**ообще при сравнении производительности труда в разных обществах следует обязательно учитывать его разное качество. Если пользоваться марксистской терминологией, то практически любой человеческий труд есть сложный труд, требующий особых умений и навыков, т. е. определенной квалификации. По словам К. Маркса, «сравнительно сложный труд означает возведенный в степень или, скорее, помноженный простой труд» [4, с. 53]. А там, где решающее значение имеет разное качество труда, невозможно сравнивать производительность труда разных работников по количеству затраченного ими рабочего времени: несоизмеримо разным будет качество самого этого времени. Дело в том, что при сравнении простого и сложного труда часто неясно, что во сколько раз нужно умножать (или в какую возводить степень).

Маркс утверждает, что сама меновая (товарная) стоимость продукта сложного труда «делает его равным продукту простого труда, и, следовательно, сама представляет лишь определенное количество простого труда» [4, с. 53]. Иначе говоря, если двум людям заплатили за работу деньги, то труд одного равен определенному количеству труда второго. Но ведь и сам К. Маркс признавал, что меновую стоимость имеют и такие товары, которые не продукты труда, например, земельные участки: «В дальнейшем исследовании цены земли мы оставляем в стороне все колебания конкуренции, всякую спекуляцию землей, а также мелкую земельную собственность, при которой земля представляет основное орудие производителей, так что они вынуждены покупать её по любой цене» [5, с. 844]. При этом он еще упоминает «спрос на элементы земли, которые служат строительным материалом» [5, с. 841]. Скажем, гектар леса тоже равен некоторому количеству простого труда в том смысле, что у них на данный момент может быть одинаковая рыночная стоимость. Но гектар леса не представляет собой «лишь определенное количество простого труда». Он представляет собой качественно иную сущность, хотя, как и простой труд, тоже может быть товаром. Гектар леса качественно несоизмерим, скажем, с месячным трудом «8,5 землекопов».

Или, например, Винсент Ван Гог умер в нищете, но сейчас его картины стоят миллионы долларов. Какая у



него была производительность труда? И очень ли сильно эта производительность зависела от количества времени, которое он затрачивал на написание одной картины?

Точно так же разные виды сложного труда часто качественно несоизмеримы между собой и с простым неквалифицированным трудом. Как и гектар леса, они соизмеримы только по своей способности удовлетворять потребности людей, но не по количеству затраченного простого труда или по количеству затраченного рабочего времени.

А ведь «Капитал» Маркса начинается с категорического заявления: «Как потребительные стоимости товары различаются прежде всего качественно, как меновые стоимости они могут иметь лишь количественные различия, следовательно не заключают в себе ни одного атома потребительной стоимости. Если отвлечься от потребительной стоимости товарных тел, то у них остаётся лишь одно свойство, а именно то, что они — продукты труда. ...теперь это уже не продукт труда столяра, или плотника, или прядильщика, или вообще какого-либо иного определённого производительного труда. ...От них ничего не осталось, кроме одинаковой для всех призрачной предметности, простого сгустка лишённого различий человеческого труда, т. е. затраты человеческой рабочей силы безотносительно к форме этой затраты» [4, с. 46].

**Но раз НЕ ВСЕ товары суть продукты труда, из одного этого следует несостоятельность всей марксистской теории прибавочной стоимости.**

К. Маркс пишет: «Говоря о монополярной цене, мы вообще имеем в виду ту цену, которая определяется только стремлением купить и платёжеспособностью покупателей, независимо от цены, определяемой как общей ценой производства, так и стоимостью продуктов. Виноградник, из винограда которого производится вино, совершенно исключительного качества, вино, которое вообще может производиться лишь в сравнительно небольшом количестве, даёт монополярную цену» [5, с. 842]. Но в таком случае и цену любого сложного труда, «тру-

да исключительного качества» можно рассматривать как монополярную цену, а ведь практически любой труд, даже труд охотника-дикаря можно рассматривать как сложный. Впрочем, сейчас теория Маркса и так уже не актуальна.

Сама по себе способность к интенсивному труду (как, скажем, у китайцев), даже если речь идет о рытье ямы, уже свидетельствует о воспитанных у работника навыках к длительному волевому усилию, сформированных у него в условиях определенного образа жизни. Чем развитее общество, тем производительнее люди трудятся. И тем более они загружены работой, поскольку им все больше не хватает времени. Американцы зачастую работают куда больше положенных восьми часов в день, т. е. их рабочий день еще длиннее, чем у традиционного китайского крестьянина. Но из этого вовсе не следует, что у американцев ниже производительность труда. Просто у них и труд, и сама жизнь в целом — иного качества.

## ВЫВОД

В результате технологических скачков и принципиального изменения образа жизни людей качественно менялось само содержание труда, так что прямое количественное сравнение производительности труда на разных стадиях исторического развития некорректно. ■

## ЛИТЕРАТУРА

1. **Коротаев А. В.** О некоторых экономических предпосылках классовообразования и политогенеза // Лингвистическая реконструкция и древнейшая история Востока: Тезисы и доклады конференции. Ч. 2. Лингвистическая и историческая реконструкция. — М.: Наука, 1984. — С. 75 — 95.
2. **Sahlins M. D.** Stone Age Economics. L., 1976.
3. **Clark C., Haswell M.** The Economics of Subsistence Agriculture. N. Y., 1966.
4. **Маркс К.** Капитал. Т. 1. // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. — Т. 23.
5. **Маркс К.** Капитал. Т. 3. // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. — Т. 25.

УДК 338.5

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ

САВЧУК О. О.

Київ

У сучасних умовах розвитку економіки проблеми ціноутворення та їх вирішення - є одним із пріоритетних завдань уряду. Законом України «Про ціни і ціноутворення» регламентується порядок ціноутворення в Україні, повноваження Кабінету Міністрів України в галузі ціноутворення (ст. 4), положення соціального захисту населення від підвищення цін і тарифів (ст. 5), державного регулювання цін і тарифів (ст. 8),

контроль за додержанням дисципліни цін і тарифів (ст. 13) тощо [1].

Цінова політика істотно впливає на фінансові результати будь-якого підприємства чи організації, які виробляють продукцію або надають послуги. Питання ціноутворення, зокрема такі як теоретичні основи цін, їх класифікації, системи показників цін та ціноутворення розглядали у своїх працях чимало вітчизняних та зарубіжних науковців та фахівців. Серед них слід зазначити роботи українських та зарубіжних науковців таких як І. К. Беляєвський, Г. Д. Калугіна, Л. О. Круковська, Н. Т. Кулікова, Л. Г. Рождественська, Л. О. Шкварчук та ін.

Метою даної статті є проведення критичного аналізу основних підходів до класифікації цін і тарифів, по-

будови системи показників ціноутворення та висвітлення власних підходів щодо розглянутих класифікацій та системи показників.

**Ц**іна – це грошове вираження вартості товару, яке відбиває суспільно необхідні витрати праці, пов'язані з його виробництвом та обігом до моменту кінцевого споживання.

Вартість товару, як відомо, – це втілена й уречевлена в товарі абстрактна праця. На ринку товарів існує безліч цін. Але ціна є грошовим вираженням вартості товару тільки в тому разі, коли існує рівновага між попитом і пропозицією [2, с. 233 – 234].

На формування ринкової ціни впливають фактори, які представляють інтереси суб'єктів економічних відносин, кожен з яких прагне максимально їх задовольнити:

- споживачі зацікавлені у мінімальних споживчих витратах при задоволенні своїх потреб;
- інтереси продавця – у максимізації прибутку;
- держава – у зростанні податкових надходжень, включених у ціну [4].

Ціну розглядають, як економічне поняття, як історичну та ринкову категорію, а ціноутворення – процес встановлення цін на товари та послуги [6, с.20]. Економічна природа ціни проявляється в двоякій ролі, яку вона грає на ринку. Ціна виступає як: індикатор, що відображає політику і кон'юнктуру ринку (співвідношення попиту і пропозиції, торговий і економічний ризик, кредитна ситуація, ступінь конкурентності на ринку тощо). З іншого боку, як маркетинговий регулятор ринку, за допомогою якого здійснюється вплив на попит і пропозицію, структуру і ємність ринку, купівельну спроможність грошової одиниці, оборотність товарних запасів тощо.

Ринкова ціна в сучасних умовах виконує різні функції:

- ✦ виступає одним з найважливіших індикаторів розвитку економіки як на макрорівні (виробництво), так і на мезо і макро рівнях. Є орієнтиром для прийняття управлінських рішень;
- ✦ є посередником (з'єднуючою ланкою) і вимірювачем при обміні ціни на гроші;
- ✦ є важливим показником кон'юнктури ринку, фактор рівня структури та співвідношення попиту та пропозиції територіального розміщення виробництва;
- ✦ є інструментом створення прибутку та управління ефективністю, фактор оподаткування;
- ✦ головна складова інфляційних процесів, засіб впливу на інвестиційну політику (підвищення цін часто приводить до зростання привабливості інвестицій);
- ✦ могутній фактор рівня життя населення. Він впливає на ринок праці, обсяг і структуру споживання, рівень реальних доходів різних соціальних груп [9].

Ринкові перетворення в економіці спрямовані на кардинальну перебудову не лише існуючих класифікацій, системи цін і методології їх встановлення, а й організації самого процесу ціноутворення. У сучасній

літературі, зокрема в монографіях, статтях, навчальних посібниках по різному класифікуються ціни та тарифи. Автором упорядковані наявні класифікації в певні класифікаційні угруповання на основі [1, 6, 7, 9].

#### **Класифікація цін та тарифів:**

*За сферами товарного обслуговування:*

- ✦ оптові;
- ✦ роздрібні;
- ✦ закупівельні;
- ✦ ціна та тарифи на послуги.

*За способом відображення транспортних витрат:*

- ✦ ціни франко-відправлення;
- ✦ ціни франко-призначення.

*За формою продажу:*

- ✦ контрактні (договірні);
- ✦ біржові ціни (котирування);
- ✦ ціни ярмарок і виставок;
- ✦ аукціонні.

*За стадіями продажу:*

- ✦ ціни пропозиції;
- ✦ ціни попиту;
- ✦ ціни реалізації.

*За ступенем регулювання:*

- ✦ фіксовані;
- ✦ регульовані;
- ✦ вільні.

*За ступенем стійкості у часі:*

- ✦ тверді;
- ✦ рухливі;
- ✦ ковзні;
- ✦ з наступною фіксацією.

*Залежно від регіону реалізації:*

- ✦ єдині;
- ✦ регіональні;
- ✦ зональні;
- ✦ поясні.

*За часом дії ціни* (така класифікація деякою мірою умовна, оскільки постійних цін у чистому вигляді не існує):

- ✦ постійні;
- ✦ тимчасові.

*Як базова ціна:*

- ✦ розрахункові;
- ✦ довідникові;
- ✦ ціни преїскурантів і цінників.

*Інші види цін:*

- ✦ трансфертні;
- ✦ світові.

Ціна – це складна система і як вже зазначалась – елемент ринкового механізму. Відповідно, вивчення цін потребує розгорнутої системи показників, що відповідають вимогам ринкової економіки. Система показників повинна віддзеркалювати різні види диференціації ринкових цін: асортиментний, територіальний, у часі, за соціальними групами, в розрізі різних субринках, а також відображати закономірності та тенденції змін цін та тарифів. Система статистики цін та ціноутворення ілюструє *табл. 1*.

*Рівень цін* – узагальнюючий показник, що характеризує стан цін за певний період часу, на певній території, стосовно споживчих товарів та послуг за їх видами з близькими споживчими властивостями.

Система показників цін і ціноутворення [7, 8, 9]

Блоки показників	Показники
Рівень цін	Індивідуальний рівень
	Середній рівень
	Узагальнюючий рівень
Структура ціни	Собівартість, націнки, знижки (оптові, роздрібні), податки
Співвідношення цін	Коефіцієнти співвідношення цін регіонів, субринків, товарів
Варіація цін	Показники варіації цін в просторі (соц.-економічному і географічному) і в часі (у динаміці)
Динаміка цін	Показники динаміки окремих товарів-представників, товарних груп, всіх товарів
Співвідношення ціни якості товару і оцінці покупців	Показники впливу якості на ціну, динаміка якості на динаміку цін
Еластичність	Показники залежності цін від соціально-економічних факторів, залежності цін одних товарів від цін інших

Індивідуальний рівень цін – моментна ціна товарно-го виду, сорту товару-представника (товар-представник-конкретна марка, артикул чи мала товарна група, в основі якої ідентичність споживчого призначення).

Середня ціна визначається на дату і за період: по товарній групі (комплексу); по території (місту, селу); по субринках (ринок продовольчих товарів, ринок промислових товарів, ринок послуг); по групах покупців тощо.

Узагальнююча характеристика рівня цін – показник вартості фіксованого споживчого кошика. Слід зазначити, що цей показник виконує й інші функції, пов'язані з оцінюванням прожиткового мінімуму. При аналізі важливо визначати співвідношення індивідуальної, середньої і узагальнюючої ціни до доходу.

Вивчення структури цін починають з групування товарів за споживчим призначенням та іншими ознаками. Виявляють взаємозамінні і доповнюючі товари, а також однакові товари різної якості, товари, що різняться за споживчими якостями. На основі такого групування визначають:

- ✦ питому вагу кожного елемента до кінцевої (роздрібною) ціни товару;
- ✦ питому вагу валового доходу в товарообороті; в обсязі продажу;
- ✦ співвідношення оптових і роздрібних цін;
- ✦ співвідношення структурних елементів роздрібних цін: у розрізі товарних груп, регіонів.

Аналіз коефіцієнтів співвідношення цін у розрізі окремих регіонів, субринків і товарів дає можливість визначити відносні відхилення цін товарів до базової ціни; співвідношення елементів ціни зокрема, оптової та роздрібною ціни, собівартості та роздрібною ціни; націнки та знижки і роздрібною ціни; ступінь стійкості співвідношень в динаміці.

У процесі аналізу виявляється вплив різних елементів ціни на загальне коливання її рівня. Здійснюється розподіл цін у межах однойменної товарної групи; рівень територіальних коливань цін у розрізі регіонів і поселень; вивчення варіації співвідношення структурних елементів субринків; рівень стійкості цін у динаміці; рівень сезонних і циклічних коливань цін.

Вивчення змін цін на товари та послуги у часі здійснюється на основі індивідуальних і групових індексів цін, зведених індексів та індексів середніх величин; визначаються тенденції змін цін на основі трендових рівнянь.

Для аналізу залежності цін від соціально-економічних факторів, залежності цін одних товарів від цін інших товарів широко використовуються показники еластичності: емпіричний коефіцієнт еластичності; коефіцієнт перехресної еластичності; теоретичний коефіцієнт еластичності.

Оцінка відповідності ціни якості товару та купівельним поглядом покупців знаходиться на стадії наукового розроблення. На даному етапі в практиці досліджень цієї відповідності застосовують експертні оцінки коефіцієнти еластичності та індекси.

З економічної теорії відомо, що ціна є формою вартості споживчої вартості одиниці товару або послуги. Але враховуючи той факт, що у конкретних умовах місця і часу ціна може відхилятися від реальної споживчої вартості під впливом тих чи інших причин. В умовах ринку постає завдання проведення спеціальних досліджень щодо цін та тарифів. Вирішуються ці завдання з використанням відповідних меток статистичного спостереження за цінами та тарифами.

Одним із найважливіших напрямків сучасних досліджень є дослідження змін цін на споживчі товари та послуги. Найважливішим показником який характеризує рівень інфляції і використовується для вирішення багатьох питань державної політики, аналізу і прогнозу цінових процесів в економіці, перегляду розміру грошових доходів населення, рішення правових спорів тощо – є індекс споживчих цін (ІСЦ) [5, с. 190]. ІСЦ характеризує зміни у часі загального рівня цін на товари та послуги, які купує населення для невиробничого споживання. Це показник, який характеризує зміни вартості фіксованого набору споживчих товарів та послуг у поточному періоді порівняно з базисним.

Спостереження за змінами споживчих цін і тарифів проводиться на вибірковій основі. Основні етапи побудови ІСЦ:

- ✦ формування споживчого набору товарів (послуг) – представників;
- ✦ вибір території;
- ✦ вибір базових підприємств;
- ✦ визначення збору інформації про ціни та тарифи;
- ✦ формування вагової структури;
- ✦ розрахунок середніх цін (тарифів) та індивідуальних індексів цін (тарифів) на товари (послуги);
- ✦ розрахунок індексу споживчих цін.

В основі розрахунку ІСЦ покладено данні щодо змін цін (тарифів), одержаних шляхом щомісячної реєстрації цін (тарифів) на споживчому ринку, а також даних про структуру фактичних, споживчих, грошових витрат домогосподарств – основного джерела інформації для формування вагової структури. Інформація щодо динаміки рівня споживчих цін вивчають та використовують у своїй практичній діяльності Національний банк України, Міністерство фінансів України, комерційні банки України, інші державні і недержавні установи, діяльність яких пов'язана виробництвом та обігом товарів і послуг для населення.

#### **ВИСНОВКИ**

Підсумовуючи вищезазначене, необхідно підкреслити важливість застосування класифікації цін, а також системи показників цін і ціноутворення при аналізі рин-

ку споживчих товарів та послуг, зокрема, при вивченні рівня, структури, динаміки та варіації цін. ■

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Гальчинський А. С., Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Основи економічних знань : Навч. посіб.– К. : Вища шк., 2002.– 543 с.
2. Історія економічних учень : Підр. / В. Д. Базилевича.– К. : Знання, 2004.– 1400 с.
3. Закон України «Про ціни і ціноутворення» від 03.12.1990 (із змінами і доповненнями) // [www.realm.com.ua](http://www.realm.com.ua)
4. Круковська Л. Ринок ціни та ціноутворення в Україні: теорія та практика // [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
5. Методологічні положення зі статистики. Вип. 2, т. 1 / Держ. Ком. статистики України.– К. : ІВЦ Держкомстату України, 2006.– 504 с.
6. Шкварчук Л. О. Ціноутворення : Підр.– К. : Кондор, 2006.– 460 с.
7. Рождественська Л. Г. Статистика ринку товарів і послуг : Навч. посіб.– К. : КНЕУ, 2005.– 419 с.
8. Статистика ринків : Підруч. для вищ. навч. закл. / ДА-СОА Держкомстату України; наук.ред. Н. О. Парфенцевої.– К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2007.
9. Статистика рынка товаров и услуг : Учебник.– 2-е изд. перераб. и доп / И. К. Беляевский, Г. Д. Кулагина, Л. А. Данченко и др.; Под ред. И. К. Беляевского.– М. : Финансы и статистика, 2002.

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ

**ФУРСА В. А.**

*кандидат економічних наук*

**ЗУБЕНКО Т. М.**

**Харків**

Як свідчать історичні дані, контроль, його розвиток тісно пов'язані з економічними процесами, бухгалтерським обліком і розвитком державності. Однак, слід зазначити, що місце контролю, його зміст також залежать від політичного устрою держави, характеру суспільно-економічних відносин. Так, у часи СРСР, в умовах командно-адміністративної системи, поряд з контрольно-ревізійними управліннями та іншими органами контролю створювались комітети партійного, а потім народного контролю, діяльність яких була спрямована на виявлення фактів безгосподарності та злочинності. Безумовно, контроль за тих часів був досить залежним і зорієнтований тільки на державну форму власності.

Після отримання незалежності, з появою недержавних форм власності, розвитком ринкових відносин, в Україні створена велика кількість контролюючих органів, діяльність яких повинна була сприяти кардинальним змінам в економіці держави, зміцненню її фінансового стану.

Але сьогодні, в умовах затяжної економічної кризи і нестабільності, у країні «процвітають» корупція та економічні правопорушення, мають місце непоодинокі випадки нецільового та неефективного використання державних ресурсів. Однією з причин наявності таких негативних явищ в країні є суттєві недоліки в організації діяльності контролюючих органів, у тому числі відсутність системності, координації дій, недосконалість методичного та нормативно-правового забезпечення.

Вирішення економічних проблем в країні потребує ефективного використання контролю. Але для цього контроль повинен бути оперативним, методичним, науково обґрунтованим і, обов'язково, дієвим.

Велике значення в організації контролю мають питання теорії фінансово-господарського контролю. Останні висвітлені в багатьох наукових працях, авторами яких внесено слушні пропозиції, щодо удосконалення фінансово-господарського контролю. Разом з тим, на сьогодні немає єдиної точки зору щодо визначення предмету, методу, суб'єктів, об'єктів та класифікації контролю.

Своє бачення вказаних теоретичних питань фінансового (фінансово-господарського) контролю, у тому числі і державного, та деякі пропозиції пропонуємо в цій статті.

Як відомо, питання фінансового контролю, його сутності, теорії досліджують як економісти, так і представники правових наук. Відтак, теорія фінансового

контролю розглядається при вивченні як економічних, так і правових дисциплін, тобто, має міждисциплінарний характер.

Слід зазначити, що фінансові операції здійснюються, у більшості випадків поряд з господарськими. У зв'язку з цим контроль тільки фінансових операцій, практично, неможливий і неефективний.

Тому вважаємо слушними думки вчених:

– І. А. Белобжецького щодо досить широкого діапазону дій фінансового контролю – «Контроль за формуванням більшості вартісних (фінансових) показників собівартості, прибутку, фондівіддачі, матеріалоемкості та інших – у плані, обліку та звітності неминуче охоплює різні сторони виробничої, постачальницької і збутової діяльності» [1];

– А. О. Мухатаєва щодо ототожнення термінів «фінансовий», «фінансово-господарський» [2];

– З. Б. Живко, В. І. Франчук, В. І. Живко: «Здебільшого господарський контроль відокремлювався від фінансового, чим необґрунтовано порушувалася єдність системи. Фактично ж фінансово-господарський контроль як єдине ціле охоплює не тільки матеріальне виробництво, а й невиробничу сферу» [3];

А. О. Монаєнко: «За допомогою фінансового контролю забезпечується законність у фінансовій і господарській діяльності» [4].

Дійсно, фінансового контролю, на нашу думку, також, у «чистому вигляді», практично, не існує, як у господарських організаціях, так і у бюджетних установах.

**В**ідак, підтримуємо думку науковців щодо ототожнення понять «фінансово-господарський» та «фінансовий» контроль.

Як великий енциклопедичний юридичний словник за редакцією академіка НАН України Ю. С. Шемшученка, так і автори низки публікацій трактують фінансовий контроль як діяльність.

Так, Л. В. Гуцаленко, В. А. Дерій, М. М. Коцупатрий: «Фінансовий контроль – комплексна і цілеспрямована фінансово-правова діяльність органів фінансового контролю або їх підрозділів чи представників, а також осіб, уповноважених здійснювати контроль, що базується на положеннях актів чинного законодавства» [5].

Досить конкретним, на нашу думку, є визначення фінансового контролю О. Козиріним, який вважає, що під фінансовим контролем слід розуміти здійснювану з використанням специфічних організаційних форм і методів діяльність державних органів, а в певних випадках і недержавних організацій, наділених законом відповідними повноваженнями з метою встановлення законності і достовірності фінансових операцій, об'єктивної оцінки економічної ефективності фінансово-господарської діяльності і виявлення резервів її підвищення, збільшення доходів до бюджету і збереження державної власності.

Таким чином, фінансовий (фінансово-господарський) контроль це діяльність державних органів та недержавних організацій спрямована на забезпечення законності та економічної ефективності фінансово-господарських операцій в ході створення, розподілу, використання і збереження фінансових ресурсів, у тому

числі і державних, органами влади, суб'єктами господарювання виробничої та невиробничої сфери.

Теорія фінансового контролю передбачає також визначення понять: суб'єкт предмет, об'єкт, метод та види і форми контролю.

Розглянемо визначення вказаних понять на підставі деяких законодавчих актів та наукових праць вчених.

Відповідно до великого тлумачного словника «Предмет – це те, на що спрямована пізнавальна, творча, практична діяльність кого, чого-небудь;

об'єкт – явище, предмет, особа, що на них спрямовано певну діяльність, увагу та інше». Згідно з великим юридичним словником «предмет фінансового контролю становлять фінансові операції пов'язані зі створенням, розподілом та використанням фондів-коштів; об'єкт фінансового контролю є фінансова діяльність підприємств, установ, організацій» [6].

Відповідно до:

1) Ст. 5 проекту Закону України «Про державний фінансовий контроль» «Предметом державного фінансового контролю є розпорядча та фінансово-господарська діяльність підконтрольних об'єктів у частині формування володіння, використання коштів та інших активів, що належать або мають належати державі, у тому числі за зобов'язаннями по податках, зборах (обов'язкових платежах) і відрахуваннях до бюджету та позабюджетних фондів» [7].

2) Ст. 13 проекту Закону «Про державний фінансовий контроль» «Об'єктами державного фінансового контролю (підконтрольними об'єктами) є органи виконавчої влади всіх рівнів, підприємства, установи та організації згідно з цим Законом, щодо фінансово-господарської діяльності яких здійснюються контрольні заходи суб'єктами державного фінансового контролю» [7].

3) Загальної частини «Порядку проведення інспектування державною контрольно-ревізійною службою» «об'єкт контролю це підконтрольна установа, інший суб'єкт господарювання, включаючи його структурні та відокремлені підрозділи, які не є юридичними особами, щодо якого орган служби має повноваження та підстави для проведення ревізії відповідно до законодавства» [8].

Автори навчальних посібників і публікацій:

Л. В. Дікань вважає, що предметом фінансового контролю в широкому розумінні, тобто з урахуванням охоплення всіх етапів відтворення і рівнів керування є «фінанси суб'єктів економіки що відбивають виробничі відносини в суспільстві, які складаються в процесі виробництва, розподілу і споживання продуктів» і «у вузькому розумінні слова, тобто стосовно державного бюджету – предметом фінансового контролю є кошти державного бюджету». «Об'єктом застосування фінансового контролю є комплекс господарських процесів і грошових відносин сфери матеріального виробництва і невиробничої сфери» [9].

В. А. Лушкін, В. Д. Панікаров, І. В. Ялдин, А. Є. Ачкасов вважають, що предметом економічного (фінансово-господарського) контролю є комплекс фінансово-господарських процесів і фінансових відносин сфери матеріального виробництва та невиробничої сфери. Об'єктом економічного контролю є центри фінансової

відповідальності, тобто будь-яка виробнича організаційна одиниця, що очолюється керівництвом, яке відповідає за її діяльність». [10]

Л. В. Гуцаленко та В. А. Дерій, М. М. Кацупатрий зазначають, що предметом державного фінансового контролю є розпорядча та фінансово-господарська діяльність підконтрольних об'єктів у частині формування, володіння, використання та відчуження коштів та інших активів, що належать або мають належати державі, у тому числі за зобов'язаннями по податках, зборах (обов'язкових платежах) і відрахуваннях до бюджету та позабюджетних фондів.

І. Б. Стефанюк вважає, що «об'єктами державного фінансового контролю підприємницької діяльності є операції із фінансовими ресурсами, що здійснюються її суб'єктами, порядок використання яких визначено законодавством» [11].

Ю. О. Соболевська зауважує, що «підприємства, установи та організації, на яких державними органами здійснюються контрольні заходи у вигляді ревізій та перевірок є не об'єктами контролю, а суб'єктами, що контролюються».

Об'єктом контролю у даному випадку є процеси формування, розподілу та використання централізованих та децентралізованих грошових фондів публічного характеру, а об'єктом ревізії – первинні бухгалтерські документи, звітність тощо» [12].

**Н**а нашу думку, досить слушним є зауваження Ю. О. Соболевської, щодо суб'єктів та об'єктів що контролюються. Дійсно, що органи державної влади, організації, підприємства, установи, де проводиться ревізія, аудит тощо є не об'єктами, а суб'єктам, що контролюються (підконтрольними суб'єктами).

Разом з тим, викликає питання щодо різного підходу до визначення понять «об'єкту контролю» в цілому й «об'єкту контролю» ревізії у вигляді первинних документів, звітності. Адже ревізія, як відомо, є однією з форм контролю.

До речі, на думку авторів підручника «фінансове право» під редакцією Л. К. Воронової, первинні документи, що містять відомості про фінансово-господарську діяльність контрольованого суб'єкта є предметом фінансового контролю. Автори також вважають, що «об'єкт фінансового контролю не обмежується перевіркою тільки грошових фондів. Насправді він охоплює також матеріальні, природні, трудові та інші ресурси держави, оскільки їх використання здійснюється в грошовій формі, або опосередковане нею. Інакше кажучи, фінансовий контроль поширюється не тільки безпосередньо на фінансові, а й не пов'язані з ними господарські відносини [13].

Як свідчать наведені вище приклади щодо визначень «предмету», «об'єктів» фінансового контролю – вони досить різні. По різному їх трактують не тільки у публікаціях і навчальних посібниках, а і у нормативно-законодавчих актах.

Перш ніж зробити висновки, зазначимо, що предмет та об'єкти контролю тісно взаємопов'язані між собою. Об'єкти контролю можуть, дещо, відрізнитися залежно від виду діяльності, форми власності під-

контрольного суб'єкта. Але ж діяльність контролюючих органів щодо коштів держави, а також суб'єктів господарювання різних форм власності чи бюджетної установи спрямована на з'ясування питань щодо законності, доцільності використання і збереження фінансових ресурсів держави, у тому числі й фондів коштів, необоротних та інших активів (створених як за рахунок бюджетних, так і за рахунок власника) та формування їх зобов'язань. Тобто, предмет фінансового (фінансово-господарського) контролю у них один. А саме: *фонди коштів держави, грошові кошти, інші оборотні і необоротні активи та зобов'язання суб'єктів господарювання державної чи недержавної форми власності, виробничої чи невиробничої сфери діяльності*.

**О**б'єкти контролю є більш конкретними складовими фінансового контролю, адже вони, як зазначено раніше, залежать від того який суб'єкт перевіряється, від особливостей його діяльності, форми власності та поставлених перед контролюючими органами завданнями. Як відомо, діяльність підприємств, організацій, установ включає безліч фінансово-господарських операцій, процесів, які автори багатьох публікацій вважають об'єктами фінансово-господарського контролю, що ми також підтримуємо, але з деяким доповненням.

Усі активи та джерела їх утворення суб'єкти господарювання групують за економічно-однорідними ознаками. До речі, в такому вигляді їх використовують для відображення фінансово-господарських операцій в бухгалтерському обліку та в фінансовій звітності.

На нашу думку, окремі групи економічно однорідних ресурсів держави, необоротних чи оборотних активів та джерел їх утворення у суб'єктів господарювання разом з фінансовими та господарськими операціями і є конкретними об'єктами контролю.

Наприклад, якщо у підконтрольного суб'єкта необхідно перевірити ефективність і цільове використання бюджетних коштів і майна то, безумовно, розглядають рух грошових коштів і майна під впливом всіх фінансово-господарських операцій щодо вказаних об'єктів.

*Таким чином, об'єктами фінансово-господарського контролю у підконтрольних суб'єктів державної та недержавної форм власності є конкретні види фінансових ресурсів держави, однорідні групи активів та джерел їх формування у суб'єктів господарювання, господарські і фінансові операції, пов'язані з їх створенням, використанням та збереженням.*

Не менш суперечливими залишаються сьогодні також такі поняття як метод та форми фінансового контролю.

Відповідно до ст. 16 проекту Закону «Про державний фінансовий контроль» «методи державного фінансового контролю - засоби, прийоми і способи його здійснення, що конкретизуються в стандартах, методиках, пам'ятках та інструкціях проведення державного фінансового контролю» [7]. Відповідно до цієї ж ст. 16 до методів фінансового контролю віднесені: моніторинг, аналіз, інспектування, перевірка, ревізія ідентифікація, ліцензування, фінансова експертиза, обстеження, фінансовий аудит, нагляд.



Разом з тим Закон «Про державну контрольно-ревізійну службу» не трактує ні фінансовий аудит, ні інспектування як метод фінансового контролю. Так, відповідно до ст. 2 цього Закону – «Інспектування здійснюється у формі ревізії та полягає у документальній та фактичній перевірці ...» [14].

Науковці Л. В. Дикань, А. О. Монаенко, О. П. Орлюк також до методів контролю відносять ревізію, тематичну перевірку, обстеження. На думку Л. К. Воронової, «основними методами фінансового контролю є такі: спостереження, облік, аналіз, перевірка і ревізія».

Друга група вчених, у тому числі: Л. В. Гуцаленко, В. А. Лушкін, В. Д. Поникаров, І. В. Ялдин, А. Є. Ачкасов, З. Б. Живко, В. І. Франчук вважають, що метод фінансового контролю базується на загальнонаукових та розрахунково-аналітичних прийомах дослідження об'єктів контролю, а також специфічних прийомах документального та фактичного контролю.

**З**важаючи на те що, метод фінансового контролю це сукупність прийомів, направлених на з'ясування реального стану підконтрольних об'єктів, підтримуємо другу групу науковців, щодо поняття методу фінансового контролю. Адже, як при проведенні ревізії, так і фінансового аудиту чи тематичних перевірок, тощо в ході дослідження підконтрольних об'єктів застосовують зустрічну перевірку, взаємний контроль, інвентаризацію, контрольні обміри, контрольні запуски сировини та інше.

Безумовно, методи фінансового контролю на кожному конкретному об'єкті залежать від його особливостей та поставлених завдань перед контролюючим органом, а відтак можуть дещо відрізнятися.

Таким чином, *метод фінансово-господарського контролю – це сукупність прийомів, що використовують контролюючі органи в ході перевірок для виконання поставлених завдань.* Прийоми включають:

1. *Загальнонаукові* – аналіз, синтез, індукцію і дедукцію, аналогію і моделювання, абстрагування та конкретизацію.

2. *Розрахунково-аналітичні* – статистичні та економіко-математичні розрахунки, аналіз економічних показників.

3. *Специфічні прийоми* – способи документального і фактичного контролю, прийоми узагальнення результатів перевірок.

Не менш суперечливими залишаються сьогодні і поняття «форми» фінансового контролю.

Відповідно ж до ст. 14 законопроекту «Про державний фінансовий контроль» формами здійснення державного фінансового контролю є:

1) обов'язковий контроль;

2) ініціативний контроль.

У ст. 2 Закону України «Про державну контрольно-ревізійну службу» та у загальній частині «Порядку проведення інспектування державною контрольно-ревізійною службою» зазначено, що інспектування здійснюється (проводиться) у формі ревізії.

У авторів наукових праць щодо класифікації фінансового контролю також різні підходи. Науковці Л. В. Дикань, А. О. Монаенко, В. А. Лушкін, В. Д. Пони-

каров, І. В. Ялдин вважають основними формами фінансового контролю – попередній, поточний і наступний контроль, а Л. К. Воронова, О. П. Орлюк, як і автори законопроекту «Про державний фінансовий контроль» – обов'язковий та ініціативний контроль.

На думку науковців Л. В. Гуцаленко, В. А. Дерій, М. М. Куцупатрий [5], формами фінансового контролю є ревізія, аудит, тематичні перевірки, фінансові експертизи, з чим ми також погоджуємося.

Як зазначено вище, група науковців: Л. В. Дикань, А. О. Монаенко, О. П. Орлюк ревізію, фінансовий аудит, тематичні перевірки вважають не формою, а методом фінансового контролю.

Різний підхід науковців до визначення форми та методів фінансового контролю. слід пояснити, напевно, тим, що в ході класифікації одні і ті самі явища розглядаються з різних сторін – форми і змісту.

Як відомо, поняття «форма» обумовлюється, перш за все, зовнішніми проявами тих чи інших конкретних контрольних дій. Зокрема, оформленням, передбачених законодавчими актами, документів, що є підставою для проведення контрольних заходів – направлення на ревізію, копії рішення суду, а також за результатами проведення – акти ревізій, висновки, тощо. До речі, останні, тобто документи, – різні в ході проведення ревізії, аудиту перевірок, тоді як методи, що являють собою змістовне наповнення форми, в основному, – одні (прийоми документального та фактичного контролю, тощо). Отже, форми являють собою відмінності між ревізією, аудитом, тематичними перевірками, а методи – загальні їх риси.

**П**ідсумовуючи, вважаємо що форми фінансового контролю – це ревізія, аудит, тематичні перевірки, фінансові експертизи, обстеження.

Зважаючи на те, що викладені питання мають досить суттєве значення як в теоретичному, так і в практичному плані, вважаємо за потрібне розглянути їх на науково-практичній конференції з участю як економістів, так і правознавців з метою дійти загальних висновків щодо визначення основних понять з фінансового контролю, удосконалення його теоретичних аспектів та усунення протиріч у нормативно-законодавчих актах. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. **Белобжецкий І. А.** Финансовый контроль и новый хозяйственный механизм. – М. : Финансы и статистика, 1999. – 256 с.

2. **Мухатаєв А. О.** Правовий статус та законодавчі засади контрольних повноважень органів державної контрольно-ревізійної служби в Україні. Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого, Харків, 2006.

3. **Живко З. Б.** Контрольно-ревізійна діяльність : Навч. посібник. – К. : Алерта, 444 с.

4. Монаенко А. О. Правові основи державного фінансового контролю. Навч. посібник. – Запоріжжя: КПУ, 2008. – 152 с.

5. **Гуцаленко Л. В.** Державний фінансовий контроль : Навч. посібник (для студентів вищих навчальних закладів). Центр учбової літератури, 2009. – 424 с.

**6.** Великий тлумачний словник сучасної української мови : Уклад і головн. ред. В. Т. Бусел.– К.; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2009.

**7.** Проект Закону України « Про державний фінансовий контроль» від 08. 02. 2008 №2020.

**8.** Порядок проведення інспектування державною контрольно-ревізійною службою від 20 квітня 2006 р. № 550 м. Київ.

**9. Дикань Л. В.** Контроль і ревізія : Навч. посібник.– 2-ге вид., перероб. і доп.– К. : Знання, 2007.– 327 с.

**10. Лушкін В. А., Панікаров В. Д., Ялдин І. В., Ачкасов А. Є.** Контроль і ревізія підприємств : Навч. посібник.– Житомир, 2000.– 368 с.

**11. Стефанюк І. Б.** Теоретичні засади побудови нової системи державного фінансового контролю підприємницької діяльності // Фінанси України.– 2003.– № 11.

**12. Соболівська Ю. А.** Питання законодавчого регулювання повноважень державної контрольно-ревізійної служби в Україні // Держава і право, випуск 27.

**13. Воронова Л. К., Кучерявенко М. П., Пришва Н. Ю. та ін.** Всеукраїнська асоціація видавців «Правова дність», 2009.– 395 с.

**14.** Закон України «Про державну контрольно-ревізійну службу в Україні».

**15. Орлюк О. П.** Фінансове право. Академічний курс : підручник.– К. : Юринком Інтер, 2010.– 808 с.

## АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА ТА ПРОБЛЕМИ ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

МОСТЕПАНЮК А. В.

аспірантка

Київ

Подальша модернізація економіки України та забезпечення її посткризового зростання активізують проблему консолідації інтересів найбільш впливових суб'єктів економічної влади та представників бізнесу, врахування господарських намірів економічних суб'єктів, а також гармонізація інституційного середовища розвитку державно-приватного партнерства (ДПП) в Україні із сформованим у розвинутих країнах та світу в цілому.

Найважливіші тенденції та суперечності становлення та розвитку державно-приватного партнерства в різних країнах світу ґрунтовно висвітлені в працях зарубіжних і українських вчених: М. Айрапетяна, А. Алпатова, Р. Бекетта, В. Варнавського, З. Варналія, В. Гейця, О. Головінова, М. Готтре, М. Джерарда, А. Клименка, П. Кучмана, Л. Леона, К. Павлюка, А. Рейда, П. Савранського, Л. Федулової, Ю. Фомічова, Ф. Харвіча, у численних законодавчих актах, нормативно-правових документах багатьох країн, програмних та аналітичних доповідях ОЕСР, Європейської Комісії розкрито інституційні засади розвитку та регулювання ДПП за сучасних умов.

Утвердження цивілізаційних ринкових відносин в Україні неможливо без поглибленого аналізу та узагальнення світового досвіду реалізації державно-приватного партнерства з метою вдосконалення основних напрямів та механізмів модернізації національної економіки.

*Метою статті є аналіз світового досвіду розвитку ДПП та обґрунтування на цій основі практичних рекомендацій щодо подальшого вдосконалення партнерських відносин держави та бізнесу в Україні.*

Аналіз засвідчує, що у законодавчих документах більшості країн світу нині широко застосовується поняття «публічно-приватне партнерство» («public-private

partnership»), що відображає партнерство публічної влади (на центральному чи місцевому рівнях) та приватного бізнесу задля вирішення суспільно важливих проблем в інтересах суспільства в цілому чи окремої територіальної громади. Водночас в Україні, як правило, використовується термін «державно-приватне партнерство», який визначає партнерами відносин державу та приватний сектор. У цьому контексті заслуговує на увагу визначення ДПП запропоновані фахівцями впливових міжнародних організацій.

Так, відповідно до «Зеленої книги про ДПП» державно-приватне партнерство визначається як «різні форми кооперації між органами влади й бізнесом, які слугують для забезпечення фінансування, будівництва, модернізації, управління, експлуатації інфраструктури або надання послуг» [2].

Фахівці Організації економічного співробітництва та розвитку визначають ДПП як «будь-які офіційні відносини або домовленості на фіксований / нескінчений період часу між державними і приватними учасниками, у якому обидві сторони взаємодіють у процесі ухвалення рішення і співінвестують обмежені ресурси (гроші, персонал, устаткування, інформацію) для досягнення конкретних цілей у визначеній сфері» [3].

На думку представників Світового банку «ДПП – це угоди публічної й приватної сторін із приводу виробництва інфраструктурних послуг, що укладаються з метою залучення додаткових інвестицій і підвищення ефективності бюджетного фінансування» [4].

Щодо Закону України «Про державно-приватне партнерство» «ДПП є співробітництвом між державою України, АР Крим, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та приватними партнерами, що здійснюється на основі договору» [1].

Таким чином, поняття державно-приватного партнерства, визначене у Законі України звучує коло відносин, що виникають у процесі залучення потенціалу приватного бізнесу для вирішення суспільно-значущих проблем, які стосуються кожного пересічного громадянина.

Аналіз практики розробки та реалізації проектів ДПП у розвинутих країнах дозволяє систематизувати економічні відносини на національному та регіональному рівнях, що реалізуються у моделях з різним рівнем ризику та ступенем участі приватного сектора (рис. 1). Йдеться про ранжування моделей ДПП від найменш ризикованих з найменшою часткою участі бізнесу («дизайн та будівництво») до найбільш ризикованих з найбільшою часткою участі приватного сектора («концесії»).

Значний досвід ефективної взаємодії державного та приватного секторів нагромаджено в європейській практиці. Динаміка розвитку ДПП у розвинутих країнах ЄС у період 1990 – 2009 років засвідчує, що зазначений розвиток значною мірою корелюється із загальними циклічними процесами в світовій економіці. Згідно з поданим графіком (рис. 2) з 1994 р. у країнах ЄС спостерігалось поступове збільшення обсягів інвестицій у ДПП, піковий рівень яких досягається у 2007 р., після чого від-



Рис. 1. Класифікація моделей ДПП залежно від рівня ризику та частки участі приватного сектора

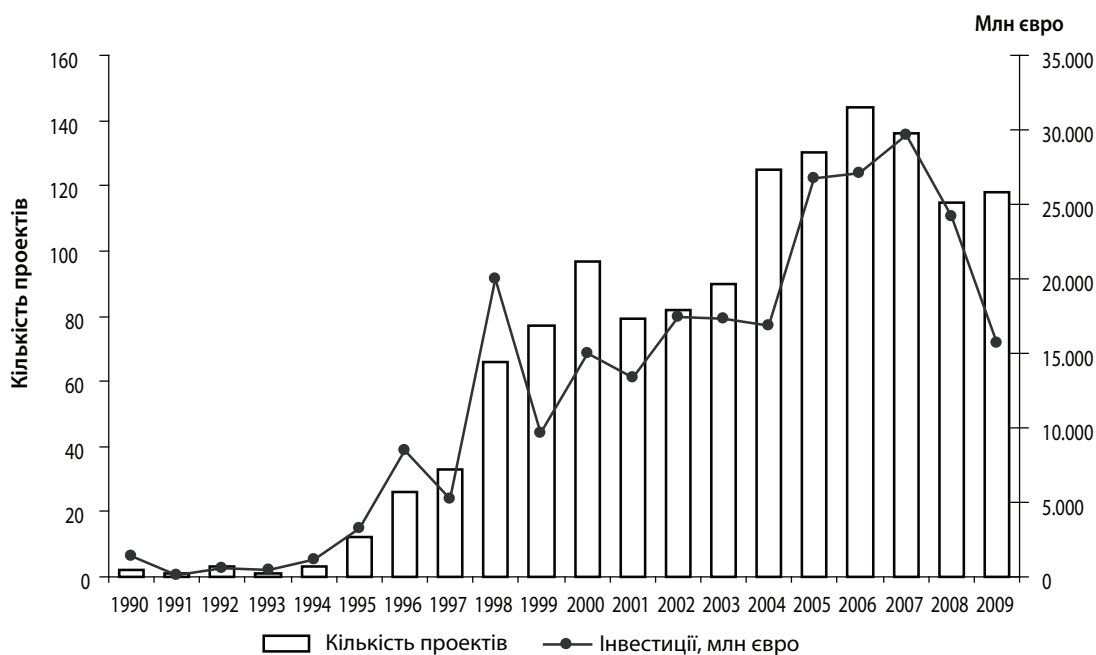


Рис. 2. Динаміка розвитку ДПП в країнах ЄС у період 1990 – 2009 рр.

Джерело: [7].

бувся суттєвий спад з 29597,9 млн євро до 15740,4 млн євро у 2009 р. Водночас існує невідповідність між зменшенням обсягів інвестицій та динамікою кількості проектів за період 2008 – 2009 рр. Це пояснюється довгостроковістю проектів, укладених у період до 2007 р., які продовжували реалізовуватись. Таким чином, проекти ДПП за сучасних кризових умов постають своєрідним амортизатором, здатним пом'якшити руйнівні наслідки скорочення інвестицій у багатьох країнах світу.

Зуважимо, що згідно з дослідженнями, проведеними Європейським інвестиційним банком у 2010 році, найбільша частка проектів ДПП реалізується у Великобританії – 52,5% вартості усіх проектів ЄС та 61,1% їх кількості. Друге місце у ЄС за об'ємом вкладень у проекти ДПП посіла Іспанія – 11,4% інвестицій та 10,1% від загальної кількості проектів. Третє місце посіла Португалія з 7% загальних інвестицій у ДПП проекти та 3,1% їх кількості [7].

Разом з тим інститут державно-приватного партнерства активно функціонує і у країнах, що розвиваються, основною причиною цього є недостатність бюджетних коштів для належного надання суспільних послуг та акумулювання приватних інвестицій у державний сектор. Аналіз динаміки реалізації ДПП проектів у країнах, що розвивається у регіональному розрізі, здійснений фахівцями Світового банку, за період 1990 – 2009 років дає змогу визначити, що найбільший обсяг інвестицій у проекти ДПП спостерігається у країнах Латинської Америки та Карибського басейну, а саме 579,121 млн дол. США, а найменший – у країнах Близького Сходу та Північної Африки на рівні 73,751 млн дол. США (рис. 3).

Щодо країн Європи та Центральної Азії, то аналіз динаміки розвитку ДПП за 1990 – 2009 роки в цих країнах засвідчила поступове збільшення обсягу інвестицій у проекти ДПП, що досягає максимального значення у 2008 році, а саме 41201 млн дол. США. Водночас посилення світової фінансової нестабільності призвели до значного скорочення обсягу інвестицій до 23890 млн дол. США. у 2009 році (рис. 4).

Галузевий аналіз розвитку ДПП у країнах, що розвиваються дозволяє визначити розподіл інвестицій приватного сектора в проекти ДПП за секторами інфраструктури за період 1990 – 2009 рр. Найбільша частка таких інвестицій припадає на об'єкти телекомунікацій (у середньому близько 55%) та енергетики (у середньому близько 30%), а найменше – на об'єкти водопостачання на водовідведення (в середньому близько 3%) (рис. 5).

Аналіз досвіду формування державно-приватної взаємодії дозволяє визначити найпоширеніші об'єкти державно-приватного партнерства, а саме:

- ✦ житлово-комунальну сферу (виробництво і транспортування електроенергії, водопостачання, експлуатація та благоустрій);
- ✦ будівництво та утримання автошляхів;
- ✦ енергозбереження;
- ✦ експлуатацію будівель бюджетного сектора економіки.

Практика розвитку державно-приватного партнерства у розвинутих країнах світу дозволяє виділити такі основні тенденції:

1. Переважне використання ДПП у сферах традиційної державної відповідальності: об'єктах загального користування (громадський транспорт, комунальна інф-

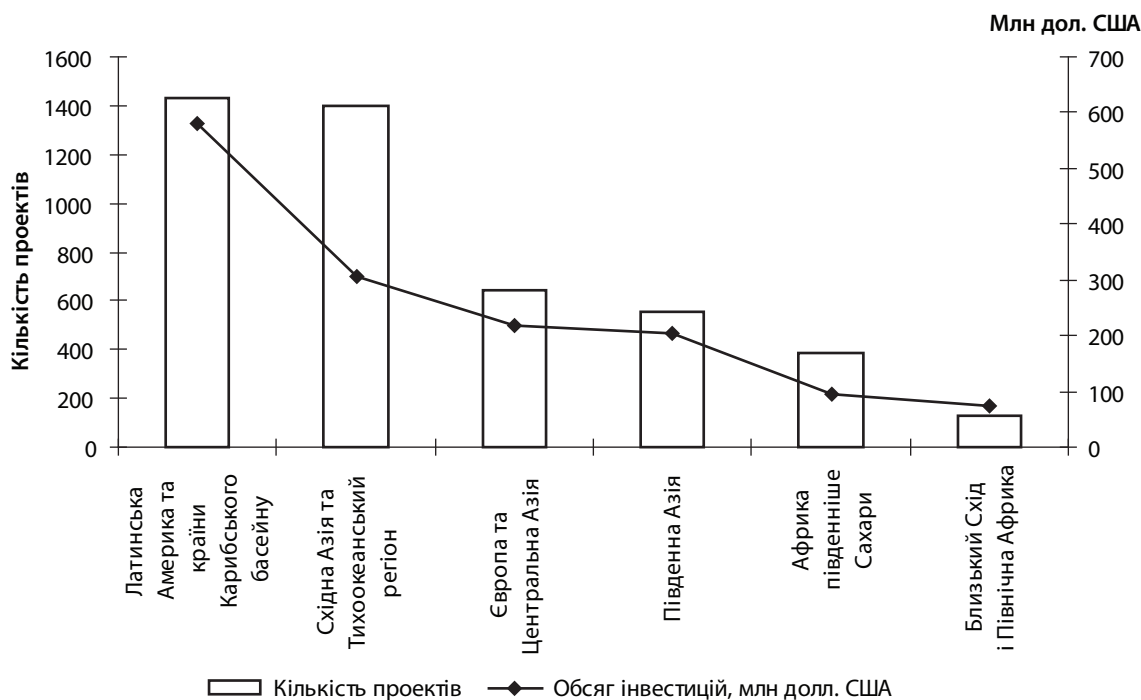


Рис. 3. Реалізація проектів державно-приватного партнерства в країнах, що розвиваються, за регіонами, 1990 – 2009 рр.

Джерело: [5].

раструктура, соціальна інфраструктура, об'єкти культури, історичні пам'ятки тощо) і суспільних послугах.

2. Відкритий, прозорий діалог між державою та бізнесом: держава визначає, які саме суспільні послуги й інфраструктура є пріоритетними, а приватні інвестори формують відповідні пропозиції, що мають максимально відповідати вимогам держави;

3. Зростання інвестицій в проекти ДПП у період економічної кризи з метою консолідації зусиль держави та бізнесу в напрямі подолання її негативних наслідків та забезпечення посткризового розвитку;

4. Державне стимулювання приватних інвестицій шляхом надання економічних пільг та гарантій представникам бізнесу, що реалізують суспільно важливі проекти ДПП.

При цьому найважливішими особливостями механізмів забезпечення державно-приватного партнерства в цих країнах є такі:

- ★ довготривалість відносин між органами державної влади, місцевого самоврядування і приватними партнерами;

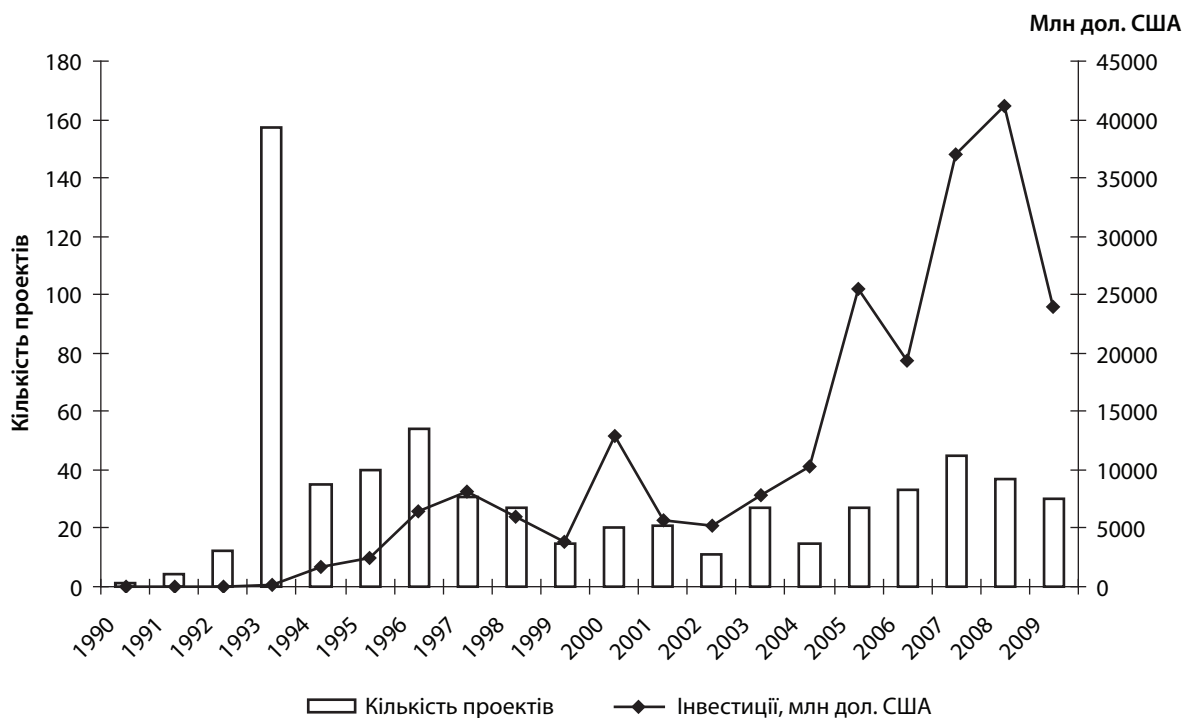


Рис. 4. Динаміка розвитку ДПП у країнах, що розвиваються, Європа та Центральна Азія, 1990 – 2009 рр.

Джерело: [6].

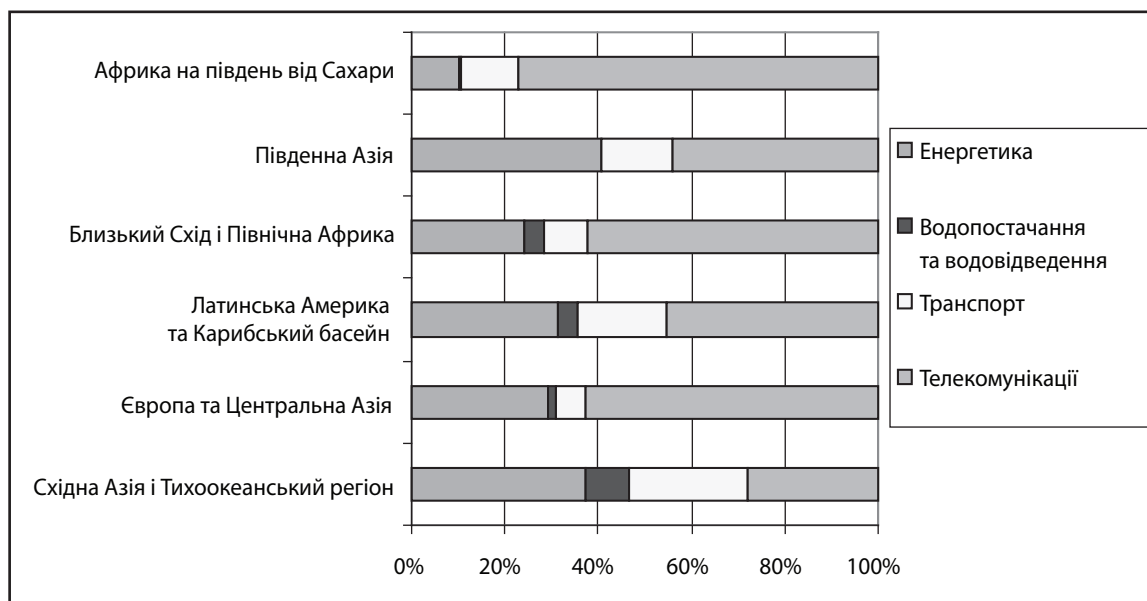


Рис. 5. Розподіл приватних інвестицій у межах ДПП за секторами інфраструктури в регіональному розрізі країн, що розвиваються, 1990 – 2009 рр., % від загального обсягу

Джерело: [5].

- ✦ збереження державної та комунальної форми власності на об'єкти ДПП з одночасним упровадженням механізмів управління інфраструктурою приватними партнерами;
- ✦ відкритість і прозорість діяльності органів державної та місцевої влади щодо визначення приватних партнерів;
- ✦ забезпечення надання якісних і здешевлених послуг як показник результативності й ефективності державно-приватного партнерства;
- ✦ поєднання ресурсів фінансово-кредитних установ під гарантії органів державної та місцевої влади;
- ✦ розподіл ризиків, визначення зобов'язань та відповідальності в договорі державно-приватного партнерства;
- ✦ захист інтересів та задоволення потреб громади, контроль за якістю надання послуг приватними партнерами, обговорення та моніторинг проектів за участю громадських організацій.

Водночас, на думку фахівців Європейського Союзу, існує низка проблем, пов'язаних з подальшим розвитком державно-приватного партнерства в європейських країнах, а саме: наявність короткострокових проектів, поширених останнім часом між органами державної і місцевої влади та приватними партнерами, нестале планування, недостатня ініціатива приватного сектора щодо участі в соціально-економічному розвитку регіону та міста; вплив політичних чинників на розвиток державно-приватного партнерства, зокрема юридичної процедури перегляду угод з приватними партнерами; недосконалість правової бази та відсутність повноважень у місцевих органів влади щодо оформлення договорів з приватним сектором; зволікання з проведенням переговорів та підписанням угод, результатом чого є висока вартість витрат у проектах.

Зазначені проблеми також притаманні відносинам ДПП в Україні. Разом з тим існує низка специфічних перешкод, що стримують подальший розвиток та вдосконалення партнерських відносин у національній економіці, а саме:

- ✦ недосконалість нормативно-правової бази регулювання ДПП;
- ✦ відсутність підтримки ДПП з боку держави;
- ✦ низька мотивація приватного бізнесу до співпраці з державою;
- ✦ непрозорі механізми реалізації ДПП проектів;
- ✦ недовіра представників бізнесу до влади;
- ✦ високий рівень корумпованості національної економіки.

Зазначені процеси гальмують соціально-економічний розвиток країни, перешкоджають її сучасній модернізації на інституційних засадах.

#### ВИСНОВКИ

Аналіз практики застосування та підтримки державно-приватного партнерства в економічно розвинених країнах дозволяє визначити такі основні пріоритети поглиблення співпраці держави та бізнесу в Україні:

- 1) формування інституційного середовища, зокрема нормативно-правового й методичного забезпечення розвитку ДПП, узгодженого із світовою практикою;
- 2) запровадження нових сучасних моделей ДПП на основі вивчення та реалізації досвіду розвинутих країн;
- 3) адаптація широко використовуваних у світі механізмів ДПП до умов України;
- 4) створення центрів підтримки пілотних проектів ДПП, реалізація пілотних проектів, їх моніторинг і поширення передового досвіду;
- 5) інформаційне забезпечення розвитку ДПП, поширення передового досвіду, впровадження відповідних навчальних дисциплін;
- 6) стимулювання приватних інвесторів до реалізації інфраструктурних проектів шляхом удосконалювання бюджетної підтримки й податкового законодавства;
- 7) подолання корупції, розробка та запровадження ефективної системи мотивації й контролю в органах, відповідальних за реалізацію ДПП з боку держави.

**Р**еалізація зазначених пріоритетних завдань дозволить налагодити ефективну співпрацю між державою та бізнесом, залучити фінансові ресурси приватного сектору з метою реалізації суспільно важливих проектів ДПП. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України № 2404-VI «Про державно-приватне партнерство». – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/12134.html>
2. Європейський Союз, Зелена книга про ДПП. – Режим доступу: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2004/com2004\\_0327en01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/en/com/2004/com2004_0327en01.pdf)
3. Організація економічного співробітництва та розвитку. – Режим доступу: <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=7315>
4. Офіційний сайт Світового банку. – Режим доступу: [http://rru.worldbank.org/documents/publicpolicyjournal/311Dutz\\_Harris\\_Dhingra\\_Shugart.pdf](http://rru.worldbank.org/documents/publicpolicyjournal/311Dutz_Harris_Dhingra_Shugart.pdf)
5. Private Participation in Infrastructure Projects Database. – Режим доступу: [http://ppi.worldbank.org/explore/ppi\\_exploreRegion.aspx?regionID=2](http://ppi.worldbank.org/explore/ppi_exploreRegion.aspx?regionID=2)
6. Private Participation in Infrastructure Projects Database. – Режим доступу: [http://ppi.worldbank.org/explore/ppi\\_exploreRegion.aspx?regionID=3](http://ppi.worldbank.org/explore/ppi_exploreRegion.aspx?regionID=3)
7. Public-private partnerships in Europe – before and during the recent financial crisis. – Режим доступу: [http://www.eib.org/epcc/resources/efr\\_epcc\\_ppp\\_report.pdf](http://www.eib.org/epcc/resources/efr_epcc_ppp_report.pdf)

# СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

ПЕРЕРВА П. Г.

доктор економічних наук

Харків

Значення маркетингу в сучасних умовах господарювання поступово збільшується у зв'язку з глобалізацією світових ринків і посиленням конкуренції як на світовому, так і на вітчизняному ринку, тому керівництво підприємств поступово впроваджує принципи маркетингової філософії. Тенденції розвитку сучасного маркетингу визначаються прагненням до довгострокової взаємодії зі споживачами, що відображається на використуваних маркетингових інструментах. З поширенням та ускладненням функцій маркетингу на підприємствах виникає необхідність оцінки ефективності маркетингової діяльності. Для забезпечення успішної діяльності та формування економічно стійкого функціонування підприємства у довгостроковому періоді необхідна така система контролю маркетингу, яка дозволить заздалегідь виявляти проблеми та засоби мінімізації їхнього впливу.

Одним із сучасних методів контролю маркетингу є маркетинговий аудит. Термін «маркетинговий аудит» порівняно недавно з'явився у зарубіжній та вітчизняній економічній літературі, тому його однозначно ще не визначено. Ідея проведення маркетингового аудиту виникла у 50-тих роках минулого століття. Рудольф Далмеєр, колишній керівник компанії Booze-Allen-Hamilton, згадує про проведення маркетингового аудиту на початку 1952 р. Роберт Лавідж, президент Erik's and Lavidge, стверджує, що маркетинговий аудит проводився його компанією ще у 1940 р. Американська асоціація маркетингу опублікувала підбір матеріалів з маркетингового аудиту під назвою «Analyzing and Improving Marketing Performance» («Аналіз та вдосконалення маркетингової діяльності»). У 1960-х рр. маркетинговий аудит дедалі частіше згадується в переліку маркетингових послуг консалтингових фірм, що спеціалізуються на проблемах менеджменту. Втім, лише на початку 1970-х рр., у період економічної кризи, керівництво багатьох підприємств почало сприймати маркетинговий аудит як можливу відповідь на проблеми, пов'язані зі зменшенням доходів споживачів і спадом споживання [1]. Іншими причинами уваги до контролю маркетингових операцій зазначають підвищення іноземної конкуренції та борги, що накопичилися у багатьох компаній у 1980-х рр. у результаті хвилі придбань у США. Різні автори неоднаково визначають поняття маркетингового аудиту, але в останні роки більшість науковців з маркетингу визнають прогресивність цього напрямку [1, 2, 4, 8].

Зовнішній маркетинговий аудит відноситься до консалтингових послуг, ринок яких у європейських країнах поділяється на такі групи [5].

1. Компанії, що спеціалізуються на стратегічному плануванні, основними послугами яких є: розробка стратегій, підготовка бізнес-планів, маркетингові дослідження і аналіз ринку, оцінка і розвиток бізнесу, проведення маркетингового аудиту, розробка організаційної структури та систем управління підприємством через центри відповідальності.

2. Компанії, що спеціалізуються консалтингу в сфері інформаційних технологій і систем, основними послугами яких є: проектування, розробка і впровадження корпоративних інформаційних систем, розробка і впровадження систем управління базами даних, розробка і впровадження систем автоматизації виробничих процесів.

3. Компанії, що спеціалізуються на оперативному бізнес-плануванні, основними послугами яких є: реінжиніринг бізнес-процесів, логістичні послуги, управління проектами, управління матеріальними запасами, витратами, якістю.

4. Компанії, що спеціалізуються на підборі та оцінці персоналу, основними послугами яких є: підбір кадрів, навчання й атестація персоналу, впровадження системи мотивації, розробка посадових інструкцій, оптимізація структури управління, розробка правил корпоративної культури).

В Україні ринок консалтингових послуг почав розвиватись у 90-ті рр. ХХ століття в результаті процесів роздержавлення і приватизації. На першому етапі відбувалось формування ринку: прийнято закон «Про аудиторську діяльність» (1993 р.), створено Аудиторську палату України (1993 р.), Спілку аудиторів України (1993 р.), створено Асоціацію консалтингових фірм «Укрконсалтинг», основним завданням якої було консультантів-посередників для забезпечення процесів роздержавлення та приватизації в Україні. У структурі консалтингових послуг переважали консультування з питань зовнішньоекономічних зв'язків, впровадження комп'ютерних систем та маркетинг (дослідження ринку, організація маркетингового підрозділу).

Наступним є етап становлення ринку: відбувається удосконалення нормативно-правової бази з аудиту і консалтингу. Були прийняті Національні стандарти аудиту (1998 р.), Кодекс професійної етики аудитора (1998 р.), Положення про організацію внутрішнього аудиту в комерційних банках України (1998 р.), створена Українська асоціація менеджерів-консультантів (УАМК), головною метою якої є забезпечення високої якості консалтингових послуг і професійного поведіння її членів. На даному етапі з'являються нові консалтингові компанії, їхня діяльність поширюється, а серед попиту на консалтингові послуги переважають проблеми, пов'язані з приватизацією: зміна форми власності, оцінка майна, проведення аукціонів та інші.



У період розвитку ринку відбувається удосконалення етичних норм і стандартів діяльності аудиторів і консультантів – починається сертифікація менеджерів-консультантів УАМК (2000 р.), відбувається перехід на міжнародні стандарти аудиту (2002 – 2003 рр.). Перелік послуг консалтингових компаній дедалі поширюється, проводяться конференції та семінари, розширюється перелік професійних інформаційних ресурсів, серед компаній спостерігається спеціалізація по галузях, масштабах і формах власності клієнтів. Найбільш поширеними стають послуги з обслуговування інвестиційних проектів, укладання бізнес-планів, мінімізації оподаткування, управління персоналом та маркетингу.

На сучасному етапі на українському ринку консалтингових послуг оперують зарубіжні та національні компанії, які використовують у своїй діяльності західні підходи та власні розробки; робота з клієнтами полягає як у короткострокових консультаціях з окремих питань, так і у масштабних довгострокових програмах, які передбачають зміну структури управління підприємством.

**Н**а розвиток українського ринку консалтингових послуг мають вплив безліч факторів. Серед негативних факторів слід відзначити найбільш суттєві, до яких відносяться, по-перше, характер попиту, який виражається в тому, що вітчизняні компанії нечасто звертаються за рішенням системних проблем, а, як правило, бажають отримати швидку допомогу з поточних питань. По-друге, відсутність єдиних стандартів аудиторсько-консалтингової діяльності. По-третє, відсутність розробленої наукової і методологічної бази, внаслідок чого виконання замовлень здебільшого здійснюється на основі особистих методик, характерною рисою яких є невідчужуваність. Освоїти такі методики можливо лише у безпосередньому контакті з їх носіями.

Зміна попиту на таку послугу, як маркетинговий аудит, значною мірою залежить від тенденцій розвитку маркетингу. За даними опитувань, які періодично проводяться Всеукраїнським клубом маркетингологів Marketing Jazz та Міжнародною маркетинговою групою Україна, у післякризовий період, коли економія бюджету була найвагомішим показником для оцінки діяльності маркетингологів, у 2009 р. до найважливіших економію відносили лише 19,4% респондентів. Це означає, що поступово керівництво компаній зміщує акцент з економії бюджету у бік результативності, що дає можливості розвитку консультаційних послуг з маркетингу.

З іншого боку, саме у кризовий період збільшився інтерес до маркетингового аудиту, але метою таких перевірок був в основному пошук шляхів економії фінансових ресурсів за рахунок скорочення найменш ефективних маркетингових програм [6]. Внутрішній контроль та аудит маркетингової діяльності набувають більшої актуальності, оскільки послуги консалтингових агентств є досить дорогими.

Найбільш важливими завданнями маркетингу у 2010 р. були пошук та реалізація нових можливостей, пріоритетними стають стратегічне планування та маркетингові дослідження. Багато компаній у складі маркетингового аудиту пропонують визначення стратегії

розвитку підприємств, аналіз сильних і слабких сторін організації, її загроз та можливостей.

**П**одальша зміна умов зовнішнього середовища вимагає нової орієнтації і у маркетинговій діяльності. У поточному році більшість компаній планують збільшити бюджет на Інтернет-просування та програми лояльності, зменшуючи при цьому бюджет масової реклами.

Втім, на даний час значна кількість вітчизняних підприємств все ще мають економічні труднощі і потребують спеціальної допомоги, яка їм поки що недоступна. У міру подолання економічного спаду буде рости економічний потенціал підприємств і, як наслідок, все більше будуть звертатись до послуг консалтингових компаній. Тому попит на консалтингові послуги, у тому числі і з маркетингу, збільшуватиметься у кількісному та якісному вираженні.

В умовах подальшої інтеграції України у глобальний світовий ринок разом з посиленням конкуренції з боку західних компаній підвищуватиметься і роль маркетингу в управлінні підприємствами, що приведе до розширення та ускладнення цієї функції [7]. Разом з тим контроль і аудит маркетингової діяльності набуватиме більшого значення.

У процесі нормалізації та стабілізації вітчизняної економіки частіше виявляються загальні закономірності, а нестандартних ситуацій виникає менше, тому розробка методик маркетингового аудиту, що включає певний алгоритм послідовних операцій, виявляється більш актуальною. Стандартизація даного процесу є ефективною, оскільки це дозволяє уникати помилок та у більшості випадків прийняти раціональне рішення. І, якщо у західних консалтингових компаній такі методики маркетингового аудиту вже існують, для переважної більшості вітчизняних підприємств поняття маркетингового аудиту та послідовність і методи його проведення є новими, тому доцільно розглянути деякі особливості маркетингового аудиту на підприємстві.

Проведення аудиту маркетингової діяльності може бути виконаним власним контрольним підрозділом організації (внутрішній маркетинговий аудит) або сторонніми консультантами спеціалізованої фірми за домовленістю, які не беруть участі у внутрішніх взаємовідносинах на підприємстві та при прийнятті рішень та суджень мають більший ступінь незалежності (зовнішній маркетинговий аудит). Структуру органів контролю в цілому та необхідність у створенні власної системи маркетингового аудиту на промисловому підприємстві визначається потребами менеджменту та власників, але в обох випадках є власні переваги та недоліки, яких можна уникнути, якщо будуть виконуватись загально-визнані принципи маркетингового аудиту: всебічність, системність, періодичність та незалежність [1].

Зовнішній аудит маркетингу дозволяє досягти необхідного ступеню незалежності, хоча її може бути досягнуто й іншим способом – шляхом створення окремого відділу або спеціальної групи робітників, не пов'язаних з відділом, що перевіряється. До інших переваг зовнішнього аудиту відносять комплексність та

системність, мінімізація ризиків, пов'язаних з низькою компетентністю виконавців [3].

При внутрішньому маркетинговому аудиті майже всі поточні проблеми можуть бути вирішені оператив-но, внутрішні спеціалісти зберігають конфіденційність. Зовнішній аудитор може бути недостатньо ознайомле-ний зі специфічними організаційними процесами, тому не завжди може в повній мірі надати адекватну оцінку. У той же час він має більше інформації про процеси зов-нішнього середовища, тому може глибше опрацювати проблему та надати більш ґрунтовні рішення, та вважа-ється абсолютно незалежним від суб'єкта дослідження. Працівник компанії достатньою мірою ознайомлений з особливостями діяльності підприємства, тому його оцінка маркетингової діяльності буде більш повною і адекватною, ніж маркетинговий аудит, здійснений зо-внішнім консультантом. Втім, ступінь його незалежності обмежений, на думку внутрішнього аудитора може мати вплив судження управління або інтереси підприємства. Тому внутрішній аудит, проведений працівниками ком-панії, вважається умовно незалежним.

Періодичність маркетингового аудиту може ко-ливатись від одного до трьох років, але більшою мірою залежить від зовнішніх умов. Так, маркетинговий аудит доцільно проводити під час структурних змін на підпри-ємстві або на ринку, при появі перших ознак зниження рівня продажів, що не пов'язані з кон'юктурою ринку, або зменшення частки ринку, перед початком роботи нового напрямку діяльності або запровадженні вироб-ництва та реалізації нової продукції.

**Т**аким чином, в умовах глобалізації ринків товарів і послуг конкуренція загострюється, внаслідок чого практично у будь-якій галузі промисловості та сфери послуг виникають нові вимоги до маркетингових функцій та потреба в ефективному управлінні маркетин-говою діяльністю збільшується, тому з'являються нові форми контролю маркетингу. Найбільш прогресивною є маркетинговий аудит. Розвиток маркетингового аудиту та його широке розповсюдження пов'язане з економіч-ною кризою у 2008 р., а в процесі поступової стабілізації економічної ситуації в Україні на підприємствах поступо-во впроваджують внутрішній маркетинговий аудит. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. The Marketing Audit Comes of Age. Philip Kotler, Wil- liam T. Gregor, William H. Rodgers III – [Електронний ресурс]– Режим доступу : <http://www.hamiltonco.com/features/ham- pub/SMR.html>

2. **Алексєєва Н. О.** Організація внутрішньогосподар- ського контролю як інструменту ефективного управління ко- мунальним підприємством / Н. О. Алексєєва // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету: економічні науки.– Кіровоград : КНТУ, 2006.– Вип. 10.– Ч. II.– 386 с.

3. **Афонін А. С.** Організаційні аспекти вдосконалення аудиторської діяльності / А. С. Афонін, Т. А. Калінська, С. В. Про- хорчук // Бізнес Навігатор.– 2008.– № 14.– С. 89 – 96.

4. **Зозульов О.** До питання про методологічну основу формування ефективних маркетингових рішень у бізнесі / О. Зозульов // Банківська справа.– 2010.– № 2–3.– С. 71 – 77.

5. **Катаєв А. В.** Соціально-орієнтований маркетинг- аудит : монографія / А. В. Катаєв.– Харків : Видавець Обере- мок В., 2005.– 212 с.

6. **Лиходій В. Г.** Сучасна концепція маркетингу та еко- номічна криза / В. Г. Лиходій // Актуальні проблеми економі- ки.– 2009.– № 12.– С. 6 – 12.

7. **Серіков А. В.** Маркетинг як необхідна умова синерге- тичного управління господарською діяльністю / А. В. Серіков // Актуальні проблеми економіки.– 2010.– № 5.– С. 276 – 283.

8. **Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж.** Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа.– М. : Из- дательский дом «Вильямс», 2007.– 928 с.