

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХПІ»

Серія: «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства»

№ 52 (1025) 2013

Збірник наукових праць

Видання засновано у 1961 році

Харків
НТУ «ХПІ» 2013

Вісник Національного технічного університету «ХПІ»

Збірник наукових праць. Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025)–196 с.

Державне видання

Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України

КВ № 5256 від 2 липня 2001 року

Збірник виходить українською та російською мовами.

Вісник Національного технічного університету «ХПІ». внесено до «Переліку наукових Фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук», затвердженого постановою президії ВАК «України від 26 травня 2010 р. №1 – 05/4. (Бюлетень ВАК України №6, 2010 р. стор. 3 № 20)

Координаційна рада:

Л. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, д-р техн. наук, проф. (**голова**)

К. О. ГОРБУНОВ, канд. техн. наук, доц. (**секретар**)

А. П. Марченко, д-р техн. наук, проф.; Є. І. Сокол, чл. -кор. НАНУ, д-р техн. наук, проф.; Є. Є. Александров, д-р техн. наук, проф.; А. В. Бойко, д-р техн. наук, проф.; Ф. Ф. Гладкий, д-р техн. наук, проф.; М. Д. Годлевський, д-р техн. наук, проф.; А. І. Грабченко, д-р техн. наук, проф.; В. Г. Данько, д-р техн. наук, проф.; В. Д. Дмитриєнко, д-р техн. наук, проф.; І. Ф. Домнін, д-р техн. наук, проф.; В. В. Єпіфанов, канд. техн. наук, проф.; Ю. І. Зайцев, канд. техн. наук, проф.; П. О. Качанов, д-р техн. наук, проф.; В. Б. Клепіков, д-р техн. наук, проф.; С. І. Кондрашов, д-р техн. наук, проф.; В. М. Кошельник, д-р техн. наук, проф.; В. І. Кравченко, д-р техн. наук, проф.; Г. В. Лісачук, д-р техн. наук, проф.; О. К. Морачковський, д-р техн. наук, проф.; В. І. Николаєнко, канд. іст. наук, проф.; П. Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.; В. А. Пуляєв, д-р техн. наук, проф.; М. І. Рищенко, д-р техн. наук, проф.; В. Б. Самородов, д-р техн. наук, проф.; Г. М. Сучков, д-р техн. наук, проф.; М. А. Ткачук, д-р техн. наук, проф.; Ю. В. Тимофеев, д-р техн. наук, проф.

Редакційна колегія серії:

Відповідальний редактор: В. Я. Міщенко, д-р екон. наук, проф.

Заступник відповідального редактора: О. М. Гаврись, канд. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар: О. С. Другова, ст. викладач

Члени редколегії: С. І. Архієреєв, д-р екон. наук, проф.; А. Є. Ачкасов, д-р екон. наук, проф.; В. Я. Заруба, д-р екон. наук, проф.; В. І. Захарченко, д-р екон. наук, проф.; Ю. Б. Іванов, д-р екон. наук, проф.; П. О. Орлов, д-р екон. наук, проф.; П. Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.; Т. С. Пічугіна, д-р екон. наук, проф.; О. М. Поступний, канд. філос. наук, проф.; О. І. Пушкар, д-р екон. наук, проф.; В. А. Соколенко, канд. екон. наук, проф.; В. П. Соловійов, д-р екон. наук, проф.; В. М. Тимофеев, д-р екон. наук, проф.; А. І. Яковлев, д-р екон. наук, проф.

*У квітні 2013 р. Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства», включений у довідник періодичних видань бази даних **Ulrich's Periodicals Directory (New Jersey, USA)**.*

Рекомендовано до друку вченою радою НТУ «ХПІ»

Протокол № 9 від 01 листопада 2013 р.

© Національний технічний університет «ХПІ», 2013

УДК 657

ББК 65.052

А. И. БЕЛОУСОВ, докт. экон. наук, проф., ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет», Ставрополь, Россия

К ВОПРОСУ ОБ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТОЕМКОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье рассмотрены возможности оптимизации затрат по производству экологически чистой продукции ориентированной на специфические рынки сбыта. Показана значимость и взаимосвязь учетно-аналитических процедур в обосновании перспектив реализации экологически чистой продукции построенных на основе директ-костинга и факторного анализа.

Ключевые слова: экологические затраты, функции издержек, спрос, постоянные переменные затраты.

Введение. Начальным этапом продвижения экологически чистой продукции, как известно, является процесс бюджетирования. Смета реализации (продаж) позволяет отразить количество каждого, продукта, которое организация планирует продать, а также возможный объем денежных поступлений от потенциальных потребителей [5].

Маркетинговый анализ рынка экологически чистой продукции представляет из себя весьма сложное мероприятие. С одной стороны любой потенциальный покупатель абсолютно уверен в необходимости получения экологически чистой продукции, а с другой стороны в условиях растущего дефицита продовольствия, и началом перехода к геномодифицируемому питанию возможности потребления указанной продукции в массовом объеме весьма и весьма проблематичны. Кроме этого, надо иметь в виду, что непосредственное производство экологически чистой продукции очень дорогостоящая процедура, поскольку существенно снижается доля высоко производственных элементов воспроизводственного процесса, при одновременном росте экологощадящих производственных циклов базирующихся преимущественно на ручном труде [6].

Правда, при решении этой задачи следует исходить из постулата эффективности получения дополнительной учетной информации с точки зрения дополнительных выгод (правило Парето).

Постановка задачи. Последнее в полной мере относится к выбору методов деления затрат на постоянные и переменные. Более точные результаты получают посредством использования методов математической статистики (крайних точек, графика рассеивания, корреляционного и регрессионного анализа и др.). Эти методы достаточно подробно описаны в специальных источниках, но редко применяются на практике, из-за высокой трудоемкости.

© А. И. Белоусов, 2013

© Т. Ю. Білоусько, 2013

Использование же аналитических методов группировки и систематизации издержек в зависимости от изменения объема производства позволяет показать лишь общую тенденцию поведения затрат и допускает возможность погрешностей за счет условности расчета коэффициентов-вариаторов. В итоге общая сумма затрат основной деятельности связанной с производством экологически чистой продукции подразделяются на две совокупности: постоянные и переменные затраты, зависящие от их поведения по отношению к объему производства или объему продаж в прошлые отчетные периоды. Такой подход по сути дела носит опытно-статистический характер.

Наиболее объективную картинку оптимизации производства следует искать в сочетании элементов директ-костинга и кривых поведения предельного дохода и предельных издержек [2]. С этой целью необходимо сопоставление предельных издержек фирмы с рыночной ценой, по которой реализуется экологически чистая продукция и, которая является предельным доходом. При этом предельные издержки отражают индивидуальную стоимость производства каждой следующей единицы экологически чистой продукции, и изменяется быстрее, чем средние издержки. Поэтому, необходимо равенство между предельными издержками и предельным доходом, при котором прибыль максимально достигается гораздо раньше, чем средние издержки сравниваются с ценой продукции.

Определяя конкретный размер спроса на экологически чистую продукцию необходимо отталкиваться от возможной себестоимости ее производства, которая будет существенно выше традиционных продуктов агробизнеса. Конечная же цена будет зависеть от определенного уровня прибыли, которую будет стремиться получить производитель. Причем уровень прибыли не может быть ниже черты прибыльности характерной для данного типичного кластера продуктов. Исключение возможно лишь в тех случаях, когда доля отдельных производителей (олигополистов) на рынке весьма велика и заметно их доминирующее положение. В этом случае происходит так называемое «следование за ценой», когда другие производители соглашаются, с данной позицией, даже в ущерб своей прибыльности [3]. Однако, долго такая ситуация выдерживаться не может, в соответствии с законом о средней норме прибыли.

Конкретное решение задач по поиску оптимального объема производства экологически чистой продукции базируется на использовании производственной функции и функции издержек.

Зависимость между факторами производства и объема выпуска продукции имеет вид:

$$Q = f(V_1, V_2, \dots, V_n)$$

где Q – объем выхода экологически чистой продукции в натуральном выражении;

$(V_1, V_2 \dots V_n)$ – расход ресурсов n -го вида.

Если общую сумму затрат на производство обозначить R , то предыдущая формула приобретает вид:

$$X = f(R)$$

Изменение факторов производства, прежде всего, влияет на объем выпуска продукции. При этом для производства экологически чистой продукции характерна не замещаемая, а ограниченная производственная функция, при которой общее изменение факторов производства влияет на объем выпуска продукции. Примером последних являются функции Вальраса-Мантьева, Э. Гуттенберга и др. [3].

В общем виде затраты производственной деятельности рассчитываются по формуле:

$$Z = Q_1 \cdot p_1 + Q_2 \cdot p_2 + \dots + Q_n \cdot p_n$$

где $(Q_1, Q_2 \dots Q_n)$ – количество затрат в физическом измерении;

$(p_1, p_2 \dots p_n)$ – ценовые факторы издержек.

Использование традиционных, основанных на мало автоматизированных технологических схемах производство экологически чистой продукции накладывает существенный отпечаток на поведение переменных и постоянных затрат.

Критерием выделения постоянных и переменных затрат считается их зависимость от изменения объема производства. Для определения характера взаимосвязи затрат с объемом производства нет необходимости добиваться очень высокой точности деления затрат на постоянные и переменные. Достаточно очертить определенные погрешности допустимые при разграничении расходов по степени их зависимости от объема производства. Одной из таких причин, обычно в России, следует считать в ориентации планирования и учета на годовую отчетность, при которой влияние степени переменности издержек на финансово-экономические результаты производства не проявляются также остро, как и за более короткие промежутки времени. Если рассматривать постоянные затраты за более длительные промежутки времени, то большинство из них будут трансформированы в переменные. Увеличение постоянных расходов при производстве экологически чистой продукции связано с дополнительными вложениями по увеличению поголовья животных или земельных угодий, а уменьшение за счет рационализации производства, уменьшению расходов на управление, реализацию излишних основных средств [4].

Объективно сложилось так, что бизнес-единицы в условиях колебания спроса всегда будут стремиться к их минимизации. С этих позиций следует оценивать каждую условно-постоянную статью калькуляции на предмет их оптимизации. Например, заработная плата основных производственных рабочих с повременной оплатой труда в пределах нормальной продолжительности можно с одинаковой степенью вероятности отнести либо к повременной форме оплаты труда и в этом случае статью можно считать постоянной, либо к сдельной оплате и в этом случае она превращается в переменную. Логика хозяйственного процесса подсказывает необходимость использования сдельных форм оплаты труда при производстве экологически чистой продукции в растениеводстве и повременной оплате в животноводстве.

Существенное место в структуре постоянных затраты займут затраты по стандартизации и сертификации экологически чистой продукции. Расходы на рекламу во многом будут зависеть от конкретного уровня спроса. Падение спроса, или его колебания объективно приведут к росту рекламных расходов, но отнести их к переменным в классическом их понимании все же нельзя.

В части переменных затрат необходимо учитывать как пропорциональную, так и непропорциональную их часть. При производстве экологически чистой продукция пропорциональные прямые затраты в растениеводстве представлены посадочным, преобладающей частью затрат топлива и энергии на технологические цели, расходами на тару и упаковку продукции в животноводстве речь идет преимущественно об кормовой базе. Непропорциональные затраты прямого характера могут быть прогрессирующими и дегрессирующими.

Выводы. Многолетние исследования использования экологически безопасных технологий в аграрном секторе Юга России показали, что при переходе к производству экологически чистой продукции себестоимость должна возрасти на 40-80%. Следовательно, для сохранения сложившегося уровня рентабельности необходимо повышение уровня цены в этой же пропорции. С этих позиций для сохранения сложившегося уровня рентабельности необходимо повышение уровня цены в этой же пропорции. Широкомасштабный переход, в этих условиях к производству экологически чистой продукции представляется практически невозможным. Реальным здесь следует считать лишь формирование определенного сегмента рынка сбыта. Для этого необходимо наличие соответствующего спроса, который бы не был жестко увязан с ценностными ограничениями. Иными словами речь идет о специфических группах потребителей, доходы которых способны создать и поддержать на определенном уровне такой спрос. Эффективность стимулирования спроса определяется стратегией привлечения потребителей к продукции от степени их готовности. На готовность потребителя приобретать товар в первую очередь влияет уровень его

доходов, образование и эффективность рекламных акций. На начальном этапе продвижения товара на рынок наиболее целесообразным представляется формирование высокой степени осведомленности о качестве предлагаемой продукции. На следующих этапах требуется меньшее количество побудительных мотивов. С нашей точки зрения для стимулирования сбыта экологически чистой продукции лучше использовать стратегию привлечения потребителей к товару, а не стратегию его агрессивного навязывания.

Список литературы: 1. *Акимов, С. А.* Экология: Человек – Экономика – Биота – Среда / С. А. Акимов, В. В. Хаскин: учеб. – 2е изд. – М.: Юнити, 2000. – 566 с. 2. *Баканов, М. И.* Теория экономического анализа: учеб./ М. И. Баканов, М.В. Мельник, А. Д. Шеремет. – 5-е изд., переработ. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 536 с. 3. *Мескон, М. Х.* Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури / пер. с англ. – М.: Дело, 2004. 4. *Саенко, К. С.* Учет экологических затрат/ К. С. Саенко. – М.: Финансы и статистика. – 2005. – 376с. 5. *Тихомиров, Н. П.* Методы анализа и управления эколого-экономическими рисками: учеб. пособие для вузов / Н. П. Тихомиров, И. М. Потравный, Т. М. Тихомирова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 194 с. 6. *Экологический менеджмент / Н. В. Пахомова, А. Эндрес, К. Рихтер.*-СПб.: Питер, 2003. – 544 с.

Надійшла до редколегії 08. 10. 2013

УДК 657
ББК 65.052

К вопросу об оптимизации затратоемкости производства экологически чистой продукции / Белоусов А. И. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 3–7. – Бібліогр.: 6 назв.

У статті розглянуто можливості оптимізації витрат по виробництву екологічно чистої продукції орієнтованої на специфічні ринки збуту. Показана значимість і взаємозв'язок обліково-аналітичних процедур в обґрунтуванні перспектив реалізації екологічно чистої продукції побудованих на основі директ-костинг і факторного аналізу.

Ключові слова: екологічні витрати, функції витрат, попит, постійні змінні витрати.

In article is considered possibility to optimization of the expenseses on production of the ecological clean product oriented on specific sales market. It is shown value and intercoupling account-analytical procedures in motivation of the prospects to realization to ecological clean product built on base директ-костинга and factorial analysis.

The keywords: ecological expenseses, functions of the costs, demand, constant variable expenseses.

УДК 631.173:[631.15:65.011.4]

Т. Ю. БІЛОУСЬКО, канд. екон. наук, доц., ХНАУ ім. В.В.Докучаєва, Харків

ПРОБЛЕМИ ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ ПІДВИЩЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В роботі розглянуто сучасний стан технічного забезпечення аграрних підприємств та визначено основні проблеми оновлення машинно – тракторного парку підприємств. Проаналізовано взаємозв'язок наявності матеріально – технічних ресурсів та ефективності сільськогосподарського виробництва. Обґрунтовано основні напрями забезпечення аграрних підприємств сільськогосподарською технікою з метою підвищення їх конкурентоспроможності.

Ключові слова: матеріально-технічне забезпечення, основні засоби, сільськогосподарська техніка, амортизація, лізинг, аграрна політика, ефективність, конкурентоспроможність.

© Т. Ю. Білоусько, 2013

Вступ. Розвиток ринкових відносин у сільському господарстві вимагає нових підходів щодо вирішення проблеми матеріально-технічного забезпечення сільського господарства. Адже ефективність сільськогосподарського виробництва безпосередньо залежить від повноцінного забезпечення його матеріально-технічними ресурсами.

Матеріально-технічне забезпечення аграрного сектору України в умовах сучасності досягло тієї критичної межі, за якої, навіть при умові існуючої динаміки та невживанні кардинальних заходів стосовно її покращення, уже в найближчий час буде йти розмова про порушення технологічних процесів в тваринництві і рослинництві підприємства, про суттєву екстенсивність виробництва в сільському господарстві взагалі. Тому пошук шляхів забезпечення підприємств та ефективного використання їх матеріально-технічних засобів є досить актуальним питанням сьогодення.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питання матеріально-технічного забезпечення в процесі ринкового розвитку сільського господарства знайшли належне відображення у наукових працях багатьох вчених-економістів: Білецького В.Г., Білоуська Я.К., Вітвіцького В.В., Іванишина В.В., Ліндерса М.Р., Мосіюка П.О., Підлісецького Г.М., Саблука П.Т., Ситника В.П., Трегобчука В.М., Черевка Г.В., Янківа М.Д. та багатьох інших.

Незважаючи на широке коло питань, які вивчались вітчизняними та зарубіжними економістами, ряд із них у зв'язку із поглибленням ринкових відносин на селі потребують удосконалення та розвитку. Зокрема потрібно систематизувати принципи взаємовідносин між суб'єктами виробництва та споживання технічних засобів, вивчити сучасний стан забезпечення і використання сільськогосподарської техніки, оцінити ефективність використання матеріальних ресурсів та розглянути можливі організаційні напрями формування і управління використанням матеріально-технічних засобів сільського господарства, які складаються по мірі розвитку і концентрації аграрного виробництва.

Мета досліджень, постановка проблеми. Метою статті є дослідження сучасних проблем матеріально-технічного забезпечення аграрних підприємств та вивчення й економічне обґрунтування напрямів забезпечення аграрних підприємств технічними засобами для виробництва.

Матеріали досліджень. Теоретична та методологічна основа побудована на використанні базових положень аграрної економіки, наукових розробок провідних вчених з питань сутності формування і функціонування ринку матеріально-технічних ресурсів у сільському господарстві України та інших країн. Інформаційною базою дослідження є законодавчі та інші нормативні документи методичного характеру, статистичні дані Державної служби

статистики України, публікації у наукових та періодичних виданнях з досліджуваної проблеми.

Результати досліджень. У сучасній економічній літературі, що присвячена проблемам виживання та стратегічного успіху підприємств в умовах висококонкурентного середовища, велика увага приділяється факторам успіху, зокрема ключовим і ринковим факторам успіху, ключовим компетенціям, конкурентним перевагам [1]. Внутрішнім аспектом забезпечення конкурентних переваг є ключові компетенції, що мають ресурсне походження. Саме ресурси підприємства приймають форму ключових компетенцій, якщо відбір і комбінація ресурсів здійснюється краще, оригінальніше, швидше за конкурентів та забезпечують основу конкурентного потенціалу підприємства.

Під матеріально-технічним забезпеченням сільського господарства розуміють систему, в якій відбувається вільне споживання матеріально-технічних засобів (техніки, паливно-енергетичних ресурсів, запасних частин, добрив, засобів захисту рослин тощо) шляхом використання послуг підприємств-виробників матеріально-технічних засобів та сервісних підприємств – їх постачальників. Це відносини, які забезпечують формування і використання матеріально-технічних засобів суб'єктами сфери АПК [2].

Криза, яка охопила сільське господарство та інші галузі економіки країни, досить негативно позначилась на матеріально-ресурсному потенціалі, що стало однією з причин скорочення виробництва сільськогосподарської продукції. Значно зменшилось виробництво вітчизняних тракторів, сільськогосподарських машин, устаткування та обладнання. Щорічне вибуття з виробничого циклу амортизованих тракторів, збиральної техніки та інших сільськогосподарських машин і знарядь при практичній відсутності їх поновлення наближає сільське господарство до процесу руйнації техніко-технологічної основи виробничого відтворення. Темпи оновлення машинно-тракторного парку скоротились у 10 – 20 разів [3]. Різко збільшився середній вік наявної техніки і машин для рослинництва, та зменшилась їх кількість, табл.1 .

Таблиця 1. Наявність сільськогосподарської техніки в сільськогосподарських господарствах України, [4]

Показники	2000 р.	2005 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. у % до 2000 р.
Трактори, тис. шт.	318,9	216,9	177,4	168,6	151,4	147,2	150,2	47,1
у розрахунку на 1000 га ріллі, шт.	11	11	9	9	8	8	8	72,7
Зернозбиральні комбайни, тис. шт.	65,2	47,2	39,1	36,8	32,8	32,1	32,0	49,1
у розрахунку на 1000 га посівної площі зернових, шт.	6	5	4	3	4	4	4	66,7

Так, в 2012 р. кількість тракторів в сільськогосподарських підприємствах України зменшилась в порівнянні із 2000 р. на 52,9%, зернозбиральних комбайнів – на 50,9%. Зменшення техніки в розрахунку на площу ріллі та посівну площу зернових було декілька меншим – на 27,3% та 33,3% відповідно, внаслідок екстенсивного ведення господарства та збільшення площ ріллі та посіву зернових.

Враховуючи той факт, що з кожним роком в господарствах населення збільшується виробництво валової продукції сільського господарства, проаналізуємо забезпеченість технікою цих господарств, табл. 2.

Таблиця 2. Наявність техніки в господарствах населення, [4]

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. у % до 2008 р.
Трактори, тис. шт.	158	165	172	179	184	116,5
Зернозбиральні комбайни, тис. шт.	18	20	21	22	23	127,8
Крім того, міні – трактори та мотоблоки, тис. шт.	31	36	44	65	88	в 2,8 р.

Аналіз даних таблиці 2 дозволяє зробити висновок про поступове збільшення техніки в господарствах населення. Так, за 5 років, збільшення кількості тракторів складає 16,5%, зернозбиральних комбайнів – на 27,8%, а кількість міні – тракторів та мотоблоків збільшилась в 2,8 рази.

За допомогою добре налагодженого матеріально-технічного забезпечення системи АПК відбувається інтенсифікація та підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва, зменшується собівартість продукції, підвищуються врожаї та, як наслідок, зростає добробут тих, хто зайнятий в аграрній сфері. Саме тому, подальший розвиток агропромислового виробництва неодмінно пов'язаний з його техніко-технологічним переозброєнням, в якому особливе місце належить питанням формування ринку матеріально-технічних ресурсів агропромислового виробництва.

Ситуація на ринку сільськогосподарської техніки виглядає вкрай негативно, не дивлячись на те, що в Україні в минулому було сформовано потужну галузь машинобудування для агропромислового комплексу, яка об'єднує понад 130 підприємств і конструкторських бюро.

За даними Державної служби статистики України, нині держава не спроможна забезпечити сільськогосподарські підприємства необхідною технікою, що в умовах відновлення ефективної діяльності аграрного сектора України змушує використовувати зарубіжну техніку, яка хоч і значно дорожча, але за продуктивністю, якістю та надійністю перевершує вітчизняні зразки. Так, на українських полях комбайни класу “John Deere”, “Case” та ін. за сезон можуть

зібрати урожай на площі 1,5–2 тис. га, а комбайни “Дон”, “Славутич”, “Нива” – лише 250 – 300 га. Так, серед придбаних у 2012 р. тракторів найбільша питома вага тракторів зарубіжного виробництва – “Беларус” (40,5%), “John Deere” (11,2%), “New Holland” (4,7%), “Case” (4,1%), а питома вага тракторів “ХТЗ” – лише 3,2%. Таж ситуація і з зернозбиральними комбайнами – переважна більшість комбайнів імпортована в Україну [5]. Тому сьогодні вкрай потрібні заходи державної підтримки сільськогосподарського машинобудування, що дозволить випускати сучасну техніку за доступними цінами для вітчизняних товаровиробників сільськогосподарської продукції.

Для аграрних підприємств найдешевший спосіб придбання техніки – договір купівлі-продажу, проте ним можуть користуватись лише ті підприємства, фінансовий стан яких стабільний. Для підприємств, які мають незадовільний фінансовий стан, найбільш прийнятними є договори про надання послуг сільськогосподарської техніки, а для більшості підприємств, фінансовий стан яких задовільний, – договір фінансового лізингу.

Висновки. За останні роки машинно-тракторний парк аграрних підприємств значно погіршився внаслідок економічної скрути та фізичного і морального старіння техніки. Тому організація виробництва і впровадження сучасної сільськогосподарської техніки в Україні є надзвичайно актуальною проблемою, для вирішення якої важливим є визначення заходів для підтримки сільськогосподарських виробників, стимулювання розвитку вітчизняного виробництва сільськогосподарської техніки з відповідною державною підтримкою. Крім того, необхідно здійснити заходи щодо розвитку ринку матеріально – технічних ресурсів та удосконалення цінового механізму, а саме – усунути недоліки інфраструктури агробізнесу, створити сприятливе економічне середовище та однакові для всіх учасників “правила гри”, посилити антимонопольний контроль за цінами на матеріально-технічні ресурси, сприяти формуванню реальних ринкових цін, які складаються під впливом попиту і пропозиції та спроможні вирівняти пропорції міжгалузевого обміну.

Список літератури. 1. Малік М.И. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: методологія і механізми : монографія / М.И. Малік, О.А. Нужева. – К. : ННЦІАЕ, 2007. – 270 с. 2. Саблук П.Т. Стабільні економічні умови як фактор послідовного підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва / П.Т.Саблук // Економіка АПК. – 2003. -№ 1. -С. 12-17. 3. Білоусько Я. К. Тенденції і напрями розвитку техніко-технологічного забезпечення аграрного виробництва / Я. К. Білоусько // Агроінком : Аграрний інформаційний науково-виробничий журнал. -К. : "Агропромінвест-інтернешнл". – 2007. – №5/6. С. 46-51. 4. Сільське господарство України за 2012 рік: статистичний збірник / Державна служба статистики України: за ред. Н.С.Власенко. – К., 2013. – 402 с. 5. Купівля матеріально – технічних ресурсів для виробничих потреб сільськогосподарськими підприємствами у 2012 році: статистичний бюлетень / Державна служба статистики України: відп. за вип. О.М.Прокопенко. – К., 2013. – 44 с.

Надійшла до редакції 25.10.2013

УДК 631.173:[631.15:65.011.4]

Проблеми технічного забезпечення аграрних підприємств в контексті підвищення їх конкурентоспроможності / Білоусько Т. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 7–12. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассмотрено современное состояние технического обеспечения аграрных предприятий и определены основные проблемы обновления машинно – тракторного парка предприятий. Проанализирована взаимосвязь наличия материально – технических ресурсов и эффективности сельскохозяйственного производства. Обоснованы основные направления обеспечения аграрных предприятий сельскохозяйственной техникой с целью повышения их конкурентоспособности.

Ключевые слова: материально- техническое обеспечение, основные средства, сельскохозяйственная техника, амортизация, лизинг, аграрная политика, эффективность, конкурентоспособность.

The modern condition of the agrarian enterprises technical providing had considered and the basic problems of updating enterprises machine – tractor park had identified. Interconnection of materially – technical resources presence and agricultural production efficiency had analyzed. Basic directions of agrarian enterprises providing an agricultural technique with the purpose of their competitiveness increasing had grounded.

Keywords: materially – technical providing, fixed assets, agricultural technique, depreciation, leasing, agrarian policy, efficiency, competitiveness.

УДК 338.246.8:338.436

Н. В. БІЛОШКУРСЬКА, канд. екон. наук, доц., Уманська філія ПВНЗ «Європейський університет», Умань

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті вивчено зв'язок функціональної структури з основними функціями економічної безпеки підприємства. Визначено головну мету та основні цілі економічної безпеки підприємства. Досліджено особливості формування економічної безпеки агропромислових підприємств з позиції функціонального підходу. Виокремлено ресурсну, фінансову та інноваційну функціональні складові економічної безпеки агропромислового підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, підприємство, функціональна складова, функція.

Вступ. Економічна безпека підприємства може трактуватися як стан його захищеності від негативного впливу чинників зовнішнього і внутрішнього походження, що досягається шляхом ефективного використання виробничих ресурсів, адаптації до змін, розробки та реалізації стратегічних напрямів розвитку для забезпечення стійкого функціонування та гармонізації власних інтересів з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. Економічна безпека підприємства з одного боку є його внутрішнім станом, а з іншого – тісно пов'язана з безпекою галузі, регіону, національної економіки, зовнішньоекономічних взаємозв'язків тощо.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Функціональний підхід у дослідженнях економічної безпеки підприємства досить поширений, оскільки передбачає її декомпонування за функціональними складовими. Серед учених-

економістів, в працях яких досліджується функціональна структура економічної безпеки підприємства, слід виокремити Покропивного С.Ф., Гапоненка В.Ф., Камлика М.І., Ареф'єву О.В., Ортинського В.Л. та ін.

Мета досліджень, постановка проблем. Головна мета статті полягає в дослідженні особливостей та обґрунтуванні оптимальної функціональної структури економічної безпеки агропромислового підприємства.

Матеріали досліджень. Дослідження здійснено на основі монографічних та навчально-методичних джерел, наукових публікацій у періодиці тощо.

Результати досліджень. Одна з перших спроб дослідження функціональних складових економічної безпеки представлена у колективній праці на чолі з Покропивним С. Ф. [1, с.466-482], де виокремлено 7 складових: фінансову (досягнення найбільш ефективного використання ресурсів); інтелектуальну й кадрову (розвиток інтелектуального потенціалу підприємства, ефективне управління персоналом); техніко-технологічну (рівень застосування технологій, що відповідають сучасним світовим аналогам щодо оптимізації витрат ресурсів); політико-правову (правове забезпечення діяльності підприємства і дотримання чинного законодавства); інформаційну (інформаційно-аналітичне забезпечення усієї діяльності підприємства); екологічну (мінімізація забруднення довкілля); силову (забезпечення фізичної безпеки працівників, керівників підприємства і збереження його майна) [1, с.468].

Необхідно зазначити, що переважна більшість дослідників стали послідовниками класифікації функціональних складових економічної безпеки, розробленої вказаним вище колективом авторів. Тому до основних функцій та функціональних складових економічної безпеки підприємства більшість науковців відносять наступні (рисунок).

З рисунку видно, що кожна функціональна складова економічної безпеки покликана виконувати відповідну функцію. Наприклад, фінансова функціональна складова економічної безпеки підприємства має забезпечувати його високу фінансову ефективність роботи, фінансову стійкість та незалежність. Дотримання економічної безпеки підприємства зумовлюється об'єктивно наявним для нього завданням забезпечення стабільності функціонування та досягнення головних цілей своєї діяльності [1, с.466].

Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно керівництво і спеціалісти (менеджери) будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних факторів зовнішнього і внутрішнього середовища [1, с.466].

Отже, визначивши основні функціональні складові економічної безпеки, слід зазначити, що між ними існують тісні взаємозв'язки і, відповідно, вони

можуть взаємодіяти між собою. Проте, існують спільні дестабілізуючі фактори. До них відносять: стан підприємницького середовища, наявність сировинних і енергетичних ресурсів, розвиток комунікацій, кон'юнктуру ринку, стан конкурентного середовища, наявність вільних трудових ресурсів, рівень соціальної та політичної напруженості, криміналізацію господарського життя тощо [5, с.18].

Окремо варто зупинитися на особливостях формування економічної безпеки агропромислових підприємств з позиції функціонального підходу. Для агропромислових підприємств, крім традиційних семи функціональних складових, Бурляй О. Л. і Харенко А. О. виокремлюють ще енергетичну, що покликана знизити залежність підприємства від енергоносіїв [8, с.2105]. При цьому вони головною метою діяльності агропромислових підприємств визначають забезпечення енергетичної та продовольчої безпеки на регіональному і загальнодержавному рівнях [9, с.94].



Джерело: узагальнено автором на основі [2; 3; 4; 5; 6; 7]

Рис. – Зв'язок функціональних складових і основних функцій економічної безпеки підприємства

Ареф'єва О. В. та Кузенко Т. Б. вважають, що недоліками функціонального підходу є виокремлення значної кількості функціональних складових економічної безпеки (понад сім), та відсторонення від галузевої приналежності підприємства, в результаті чого нівелюється її безпосереднє призначення [10, с.17]. У зв'язку з цим, доцільно оптимізувати кількість функціональних складових економічної безпеки з урахуванням галузевих особливостей. Функціональні складові можна розглядати як набір основних інструментів для виконання функцій економічної безпеки підприємства.

Для класифікації функціональних складових агропромислових підприємств першочерговими, а тому найважливішими, на думку автора, будуть ресурсна, фінансова та інноваційна, які найбільш повно відображають їх галузеву приналежність. Є підстави вважати, що результати аналізу, оцінки та діагностики економічної безпеки агропромислових підприємств за запропонованими ресурсною, фінансовою та інноваційною функціональними складовими, найбільше відповідатиме її реальному стану, оскільки включатиме дослідження основних аспектів діяльності з використанням лише офіційних звітних даних.

Ведучи мову про ресурсну складову економічної безпеки агропромислових підприємств, слід зазначити, що у сільському господарстві найбільш важливим ресурсом є земля, природно-кліматичні умови, сировина, виробничі фонди; для переробних підприємств вирішальну роль відіграють сировинна база, персонал, основні засоби; для підприємств аграрно-промислового сервісу – основні засоби, трудові ресурси, інформація. У зв'язку з цим, ресурсну складову економічної безпеки агропромислових підприємств будемо розглядати з позиції захищеності та збереженості джерел формування ресурсних переваг, порівняно з конкурентами, що найкраще характеризує її призначення.

Фінансова складова економічної безпеки для агропромислових підприємств є так само важливою, як і для підприємств інших галузей народного господарства. Фінансова складова економічної безпеки є стрижнем стійкості і стабільності господарюючого суб'єкта, що забезпечує безперервність фінансування на всіх стадіях операційного циклу, захищеність фінансових інтересів власників, а також залучення і освоєння фінансових ресурсів.

Інноваційну функціональну складову економічної безпеки можна розглядати як основу для формування конкурентних переваг підприємства, що полягає у виробництві товарів вищої якості, ніж у конкурентів за рахунок використання нових способів і сфер реалізації виробничого потенціалу, впровадження технологічних новацій, використання ноу-хау, патентів тощо. Проявом дії інноваційної складової економічної безпеки є також збільшення номенклатури та асортименту продукції, активізація інвестиційної діяльності,

налагодження постійного інноваційного розвитку підприємства з урахуванням специфічних особливостей його роботи.

Висновки. Автором економічна безпека підприємства розглядається як внутрішній стан ресурсів підприємства, що забезпечує їх ефективне використання для стабільності діяльності та поступального розвитку, дозволяє усувати загрози, гармонізувати економічні інтереси з інтересами суб'єктів зовнішнього середовища. При цьому економічна безпека досліджується крізь призму внутрішніх властивостей підприємства протистояти загрозам економічного характеру. Обґрунтовано, що для агропромислового підприємства оптимальною кількістю функціональних складових економічної безпеки є три – ресурсна, фінансова та інноваційна.

Список літератури: 1. Економіка підприємства : [підручник] / М. Г. Грецак, В. М. Колот, А. П. Наливайко, С. Ф. Покропивний (заг. ред.) та ін. – 2-ге вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с. 2. Гапоненко В. Ф. Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы / В. Ф. Гапоненко, А. А. Беспалько, А. С. Власков. – М. : Издательство «Ось-89», 2007. – 208 с. 3. Гончаренко Л. П. Управление безопасностью : [учебное пособие] / Л. П. Гончаренко, Куценко Е. С. – М. : КНОРУС, 2005. – 272 с. 4. Донець Л. І. Економічна безпека підприємства : [навчальний посібник] / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 240 с. 5. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : [навч. пос. для студ. вищ. навч. закл.] / [В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко та ін.]. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с. 6. Іванюта Т. М. Економічна безпека підприємства : [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Т. М. Іванюта, А. О. Заїчковський. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с. 7. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект : [навчальний посібник] / М. І. Камлик. – К. : Атіка, 2005. – 432 с. 8. Бурляй О. Л. Моніторинг напрямів підвищення енергетичної безпеки сільського господарства України / О. Л. Бурляй, А. О. Харенко // Економіка: проблеми теорії та практики : [зб. наук. праць]. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2011. – Вип. 265. – Т. 8. – С. 2104- 2115. 9. Бурляй О. Л. Маркетингові дослідження потенціалу виробництва ріпаку в контексті продовольчої безпеки регіону / О. Л. Бурляй, А. О. Харенко // Вісник Сумського НАУ : [зб. наук. праць]. – Суми, 2010. – Вип. 6/2(42). – С. 93-101. 10. Ареф'єва О. В. Планування економічної безпеки підприємств / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко. – К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2005. – 170 с.

Надійшла до редколегії 28 09.2013

УДК 338.246.8:338.436

Особливості функціональної структури економічної безпеки агропромислового підприємства / Білошкурська Н. В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2013. – № 52(1025). – С. 12–16. – Бібліогр.: 10 назв.

В статті вивчена зв'язь функціональної структури з основними функціями економічної безпеки підприємства. Визначено основну мету та основні завдання економічної безпеки підприємства. Досліджено особливості формування економічної безпеки агропромислових підприємств з позиції функціонального підходу. Виділено ресурсну, фінансову та інноваційну функціональні складові економічної безпеки агропромислового підприємства.

Ключевые слова: економічна безпека, підприємство, функціональна складова, функція.

The article studied the relationship of the functional structure with basic features of economic security. The main purpose and main objectives of economic security are investigated. The peculiarities of the formation of agricultural enterprises economic security from the perspective of the functional approach. Singled out resource, financial and innovative functional components of the economic security of agroindustrial enterprises. Изд.:1 DBMS is drawn is developed.

Keywords: economic security, enterprise, functional component, function.

УДК 656.13

О. О. БОНДАРЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ»**ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ
ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ**

В статті розглянуто проблему надання логістичного сервісу, методика визначення рівня логістичного сервісу та вибору його оптимального рівня, проаналізовано стратегії логістичного сервісного обслуговування.

Ключові слова: логістичний сервіс, якість логістичного сервісу, рівень логістичного сервісу, стратегія стандартного обслуговування, стратегія індивідуального обслуговування.

Вступ. Основною метою будь-якого бізнесу є отримання найбільшого прибутку шляхом реалізації наявних конкурентних переваг та мінімізації супутніх цьому витрат. При цьому важливого значення набуває підвищення цінності товару для споживача, котра нині визначається не лише його властивостями, але і набором додаткових сервісних послуг. Це пояснюється, в першу чергу, тим, що в сучасній економіці чітко простежується напрямок розвитку сукупної пропозиції «товару-послуги». Покупець фактично отримує не тільки товар як фізичний об'єкт, а й послуги, які супроводжують його продаж. Нині рівень обслуговування операції і доступність технічної підтримки несуть у собі не меншу цінність, ніж якість і надійність товару. Тому в останні роки прерогативою логістики стає управління сервісними потоками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сьогоднішній день питання, пов'язані з логістичним управлінням ґрунтовно розглянуті у працях таких вчених, як Гаджинський А.М., Кальченко А.Г., Крикавський Є.В., Наумова О.Е., Чухрай Н.І. тощо. Проте їхні роботи належним чином не торкаються питання логістичного сервісу.

Мета дослідження. Ціль статті полягає в пошуку підходів до оптимізації параметрів логістичного сервісу з врахуванням потреб споживачів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Н.І. Чухрай зазначає, що обслуговування споживача представляє собою сукупність видів діяльності із створення споживчої корисності, що відбуваються в процесі виконання замовлень, спрямованих на задоволення потреб споживачів і досягнення мети діяльності підприємства [5, с. 10].

Логістичний сервіс включає сукупність нематеріальних логістичних операцій, підпорядкованих правилом «7R»: потрібний товар (right product) в заданій кількості (right quantity), необхідної якості (right quality) доставляється вчасно (right time) в потрібне місце (right place), потрібному клієнтові (right customer) з мінімальними витратами (right cost). Логістичний сервіс нерозривно пов'язаний з процесом розподілу і представляє собою комплекс послуг, які

надаються в процесі поставки товарів споживачу. Від якості логістичних послуг і рівня сервісу залежить просування товару на ринку, ефективність його продажів, додана вартість та конкурентоспроможність підприємства в цілому.

При наданні логістичного сервісу рекомендують дотримуватися таких принципів:

1. **Обов'язковість** доповнення основної пропозиції додатковими послугами. Підприємство, що пропонує споживачам певний товар чи послугу (наприклад, пасажирські перевезення) повинно обов'язково «підкріплювати» основну пропозицію додатковими послугами (наприклад, замовлення квитків за допомогою Інтернет, доставка білетів тощо). У протилежному випадку воно приречено на поразку в конкурентній боротьбі.

2. **Необов'язковість** використання додаткового комплексу пропозицій. Підприємство, що пропонує додатковий (підкріплюючий) комплекс послуг, може тільки пропонувати їх клієнтам, але не нав'язувати, оскільки вибір споживачів повинен бути абсолютно вільним.

3. **Еластичність**. Пакет наданих послуг повинен бути широким і варіюватися від мінімально необхідних до максимально доцільних.

4. **Зручність**. Додаткові послуги, що пропонуються підприємством, повинні надаватися так, щоб максимально влаштовували б покупця (за місцем, часом, інформативністю тощо).

5. **Раціональна цінова політика**. Здійснюючи сервісну політику, підприємству необхідно намагатися не стільки досягти додаткового прибутку, скільки надати додаткових стимулів споживачам для звернення до цього підприємства і зміцнення довіри до нього.

6. **Інформаційне забезпечення**. Під час надання послуг потрібно організувати збір інформації про діяльність підприємства (оцінки споживачів щодо номенклатури та якості послуг, рівня обслуговування та ін.), а також сервісну політику конкурентів.

Всі роботи в сфері логістичного сервісу можна поділити на 3 основні групи:

1. **Передпродажні**, тобто роботи з визначення політики підприємства в сфері надання послуг і формування системи логістичного обслуговування.

2. **Роботи з надання логістичних послуг**, які здійснюються в процесі продажу товарів, наприклад надання інформації про проходження вантажів, підбір асортименту, упаковка тощо.

3. **Післяпродажний логістичний сервіс**, який включає в себе гарантійне обслуговування, зобов'язання з розгляду претензій покупців, обмін бракованих товарів.

Є.В. Крикавський зазначає, що процес логістичного обслуговування клієнта пов'язаний із вирішенням таких питань:

- який рівень витрат є доступним для забезпечення прийнятого рівня обслуговування клієнта;
- яку ефективність можна отримати у разі підвищення рівня обслуговування клієнта;
- який рівень обслуговування можна вважати стандартним і яка ситуація з цим у конкурентів [2].

Визначення політики підприємства в сфері надання послуг пов'язано з формуванням системи логістичного сервісу і передбачає проведення комплексу взаємозв'язаних робіт.

Основним критерієм, який дозволяє оцінити систему сервісу як з позицій постачальника, так і з позицій отримувача послуг, є рівень логістичного обслуговування.

Рівень логістичного обслуговування – це кількісна характеристика відповідності фактичних значень показників якості і кількості логістичних послуг оптимальним чи теоретично можливим значенням цих показників.

Рівень обслуговування можна оцінити також, співставляючи час на виконання логістичних послуг, які фактично надаються в процесі поставки, з часом, який необхідно було б затратити у випадку надання всього комплексу можливих послуг в процесі тієї ж поставки.

Для оцінки рівня логістичного обслуговування вибираються найзначиміші види послуг, надання яких пов'язане зі значними витратами, а відсутність – з суттєвими втратами на ринку. При цьому зниження рівня обслуговування веде до збільшення втрат, спричинених погіршенням якості сервісу. Завдання логістичної служби полягає в пошуку оптимального розміру обслуговування.

До найбільш важливих параметрів сервісу можна віднести:

- надійність фізичного розподілу (доставка потрібного товару в необхідні час і місце), інформаційних і фінансових процедур;
- доступність (простота встановлення контактів з постачальниками сервісу, зручний для покупця час надання послуг, наявність у постачальника запасів матеріальних ресурсів (готової продукції) для безперебійного забезпечення клієнтів;
- безпека (збереження вантажу, запобігання можливої шкоди самому клієнту);
- гнучкість поставки (здатність враховувати побажання клієнтів), тобто можливість: зміни форми замовлення; зміни способу передачі замовлення; зміни виду тари і упаковки; отримання клієнтом інформації про стан його замовлення;

- взаєморозуміння з покупцем (ширий інтерес до покупця, знання його потреб).

Для розробки стратегії логістичного сервісу необхідно володіти інформацією про потреби споживачів. Лише виходячи з цього можна сформулювати пропозицію "товару-послуги" з найбільшою цінністю для споживачів. При цьому слід враховувати, що споживча цінність товару складається з об'єктивних та суб'єктивних елементів, причому для різних категорій споживачів характерне різне поєднання цих складових [1, 4].

Висновки. Таким чином, нині логістичний сервіс виступає важливим елементом підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємств, покращення задоволення потреб кінцевих споживачів. Вихідним моментом при розробці системи сервісного обслуговування повинен бути пошук оптимального розміру обслуговування, який визначається виходячи із співставлення очікуваних витрат і втрат від розміру обслуговування.

Список літератури: 1. Захарова Ю.А. Стратегии продвижения товаров / Захарова Ю.А. – М.: Издательство «Дашков и Ко», 2010. – 160 с. 2. Крикавський Є.В. Логістичне управління: Підручник / Крикавський Є.В. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2005. – 684 с. 3. Наумова О.Е. Формування системи логістичного сервісу на підприємствах залізничного транспорту / Наумова О.Е. // Вісник економіки транспорту і промисловості № 26, 2009. – С. 118 – 122. 4. Шульгіна Л.М. Еволюція наукових поглядів щодо поняття «Споживча цінність товару» / Шульгіна Л.М., Мельничук В.М. // Маркетинг і менеджмент інновацій, 2011, № 2. – С. 74-79. 5. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: Підручник / Чухрай Н.І. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2006. – 292 с.

Надійшла до редколегії 23.09.2013

УДК 656.13

Особливості надання та оцінювання логістичного сервісу / Бондаренко О. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 17–20. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассмотрены проблемы предоставления логистического сервиса, методика определения уровня логистического сервиса и выбора его оптимального уровня, проанализированы стратегии логистического сервисного обслуживания.

Ключевые слова: логистический сервис, качество логистического сервиса, уровень логистического сервиса, стратегия стандартного обслуживания, стратегия индивидуального обслуживания.

In the article are considered problem of grant of logistic service, method of determination of level of logistic service and choice of him optimum level, strategies of logistic service are analysed.

Keywords: logistic service, quality of logistic service, level of logistic service, strategy of standard service, strategy of individual service.

УДК 005.5:658

І. С. ВІШКА, аспірантка, НУ «Львівська політехніка», Львів

КЛЮЧОВІ КОМПОНЕНТИ ПРИ ФОРМУВАННІ КОМПЛЕКСНОЇ СИСТЕМИ АДМІНІСТРУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В роботі досліджено та представлено основні компоненти системи адміністрування на підприємстві, які формують її кістяк. Встановлено взаємозв'язки між цими складовими. Аналіз існуючих

компонентів дозволить розвинути та удосконалити систему адміністрування і у подальшому запустити на практиці розроблені удосконалення та пропозиції.

Ключові слова: система адміністрування, компоненти, сутність компонентів.

Вступ. Підприємства, які прагнуть отримати прибуток вимушені чітко вибудовувати, налагоджувати структуру та взаємодію усіх процесів на підприємстві (виробничих, технічних, фінансових, кадрових і т.д.). Це запорака, якщо не успіху, то принаймні комфортного та гнучкого реагування на зміни, проблеми та інші, як зовнішні, так і внутрішні чинники. Варто зазначити, з питанням гнучкості дедалі частіше стикаються вітчизняні підприємства, для яких це стає ключовим питанням і завданням на шляху розвитку, а формування чіткої системи, яка б управляла даним процесом – основним завданням.

Сформована система адміністрування на промислових підприємствах відрізняється від такої ж системи у організаціях, що займаються сферою послуг, і це цілком закономірно, враховуючи кінцевий продукт, що виробляється на кожному з них. Сфера більшості послуг прийшла до нас із Заходу з уже встановленими принципами, методами і чітко відпрацьованою системою управління. А, що стосується промислових підприємств, то усталені тут прорадянські стандарти, на сьогоднішній день, втратили свою актуальність, тому відсутність чіткого адміністративного впливу зводять нанівець усі намагання підприємства вийти на новий рівень процвітання. Сьогодні необхідно чітко визначити цілі та завдання які ставить перед собою організація чи підприємство, ідентифікувати частку адміністративної складової у фінансових, технічних, комерційних, облікових і страхових процесах (за Файодем). Для того, аби сформуванню системи адміністрування на підприємстві слід вивчити та чітко розписати які складові цієї системи; що потрібно для її існування та безперервного функціонування та що саме вказуватиме нам на її наявність. Таким чином, розкриття сутності системи адміністрування та її наповнення намагатимемося висвітлити у даній статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Посилений інтерес до проблеми адміністрування не випадковий на сьогоднішній день. Тепер піднімаються питання управлінської діяльності, що несуть все більше практичного характеру, теоретичні досі аспекти досліджень набувають матеріалізованості і частіше застосовуються на практиці, прикладом цього можуть слугувати велика кількість консалтингових та аудиторських фірм, які допомагають скласти і завести злагоджений механізм управління на підприємствах, які цього потребують.

Достатньо глибоко питаннями адміністративного управління, за останні роки, займалися такі вітчизняні науковці, як А.В. Ким. [3], О.В. Русецька [9], О.О. Ромахова [5, 6, 7], Н.В. Сеніна [5], Р.Г. Харьковський [5], О.Н. Костенко,

А.Н. Фомичев [12], О.С. Шаріпова [13], О.Р. Шарко та інші, вивчаючи напрямки змін адміністративного управління, інструменти адміністрування, ресурси діяльності адміністраторів, характеризування управління із врахуванням чинників. Науковцями піднімається і питання проблеми функціонування адміністративного управління як системи, пропонуються методи зниження ризиків пов'язані із персоналом та робляться спроби визначення критеріїв ефективності управління.

Як бачимо, із розвитком та плином часу підприємства розвиваються, застосовуючи минулий досвід, вивчаючи конкурентів, запозичуючи світову практику. Зважаючи на вище сказане, адміністративне управління займає не останнє місце у структурі управління підприємством, оскільки приймає визначальні для нього рішення.

Дослідники системи адміністрування все більше приділяють увагу формуванню системи та її удосконаленню за рахунок методів управління, розглядають окремі елементи, що є ключовими при формуванні такої системи, намагаються дати оцінку ефективності рішень на основі відібраних показників. Саме ці дослідження наштовхують нас до чіткого виокремлення складових, які є обов'язковими у системі адміністративного управління.

Мета дослідження. Виділення усіх характеристик (елементів, складових, факторів і т.д.), що утворюють систему адміністративного управління та встановлення взаємозв'язків між ними, що підтвердить їх системність у сформованій структурі.

Виклад основного матеріалу. Оскільки, метою нашого дослідження є представлення того, що складає систему адміністративного управління на підприємстві будь-якої спеціалізації, то для початку слід дати визначення *адміністративного управління та системи*.

Отже, *адміністративне управління* – це система норм і правил, яка покликана регулювати відносини, як в середині організації (між рівнями управління, підрозділами, колективом), так і ззовні (акціонери, споживачі, постачальники і т.д.), забезпечуючи ефективну діяльність підприємства та регулювання і укладання зовнішніх відносин. Це система в якій домінує використання кількісних критеріїв та індикаторів у процесі прийняття управлінських рішень. Важливо зазначити, що адміністрування – це одна із функцій (операцій) підприємства поряд із технічною, фінансовою, обліковою, комерційною та страховою (за А. Файодем). Підконтрольним у адмініструванні є людський фактор, а вплив на нього здійснюється за допомогою різноманітних методів. За А.Файодем адміністрування несе у собі функції передбачення, організування, контролювання, узгодження та розпорядження, які стали усталеними практиками та фундаментом структурно-функціонального підходу.

Також, адміністративне управління стоїть поряд із стратегічним та операційним у загальній системі управління підприємством [10].

Таким чином постає питання: що ж входить до системи адміністративного управління? Оскільки *система* – це сукупність компонентів, які взаємопов'язані між собою, і виступають як в ролі самостійних одиниць, так і функціонують із зовнішнім середовищем як одне ціле. До таких компонентів, з яких складається система адміністративного управління на підприємстві, слід віднести: суб'єкт, об'єкт, предмет, фактори, функції, цілі, завдання, рівні, елементи, методи, ресурси, критерії адміністративних одиниць, параметри та інструменти. Тепер детально розглянемо кожен із них.

Кожна система, як і кожен управлінський процес не обходиться без суб'єкта і об'єкта. *Суб'єктом* виступають управлінці вищого рівня, локальні адміністратори (адміністратори нижчих рівнів), системні адміністратори (ті, що відповідають за програмне, інформаційне забезпечення, комп'ютерну комплектацію). *Об'єктом* системи адміністрування (на що спрямована діяльність) є досяжні цілі по відношенню до когось чи чогось, які мають бути досягнутими у встановлені терміни. Це можуть бути цілі по відношенню до певних працівників, їхньої роботи, по відношенню до окремих процесів на підприємстві і до самого підприємства. Та, безумовно, працівники, на яких спрямовані вище зазначенні цілі.

Предметом в адміністративному управлінні виступають закономірності, що впливають на об'єкт. Дуже часто у адмініструванні предмет управління носить суб'єктивний характер, бо залежить від ступеня розвитку об'єкта. Прикладом можуть слугувати управління ризиками в системі адміністрування, кількісні і якісні показники, що характеризують особу, взаємодія між об'єктами управління, а також, організаційно-правові, технологічні, психологічні аспекти та їх рішення.

Факторами рушійної сили адміністративної системи є людський ресурс, без якого не можливо уявити існування управлінського процесу, також – зовнішні і внутрішні події, інформаційний фактор, зовнішнє середовище (конкуренти, ринкові відносини, постачальники, політичні, соціальні, економічні, релігійні, культурні рішення, розвиток НТП, споживчі інтереси, міжнародно-економічне середовище), та внутрішнє середовище (розвиток технологій, кадрове забезпечення, поставлені цілі, прийняті попередні рішення).

До основних *функцій* адміністративного процесу відносять: прогнозування, планування, організування, розпорядження і контролювання.

Кожна із окремих функцій чи процесів на підприємстві мають за *ціль* отримання прибутку та розвиток підприємства, адміністрування працює на цю ж ціль за допомогою прийняття ефективних рішень, підвищення вартості

підприємства за рахунок кадрового потенціалу, управління ризиками, пов'язаними із працівниками, правильна оцінка первинної та вторинної інформації при побудові та прийнятті рішень, що у подальшому вплинуть на наступні процеси і розвиток самого підприємства.

Основними завданнями системи адміністрування є координування дій підлеглих, а також постановка питання: "що робити?", "як?" і "коли?", а для перевірки виконаних робіт – організування і збір звітностей. Все це відбувається у поточний період часу, питання вирішуються на місці швидко і організовано незалежно від рівня адміністративного управління.

У системі адміністрування існують три *рівні* управління: найвищий, середній, найнижчий. До найвищого відносять адміністраторів в лиці директора чи ради директорів, виконавчого та генерального директора (топ-менеджери). Середній рівень – це функціональні керівники і найнижчий – керівники, відповідальні за окремий вид операційної діяльності [10]

Слід зауважити, не усі керівники із структури управління підприємством належать до складу адміністрації. Керівники верхнього і частково середнього рівнів входять до складу адміністративного апарату і разом із тим до складу менеджерів (оскільки, адміністратори менеджерами бути можуть, навпаки – ні, або не завжди). Також, до адміністративного складу входять усі спеціалісти і виконавці, що забезпечують функціонування керівників верхнього рівня. Не являються адміністраторами ряд лінійних та функціональних керівників середнього рівня та майже усі керівники виробничого і управлінського підрозділів найнижчого рівня [12].

Елементами досліджуваної нами системи є адміністратори різних рівнів (адміністративний апарат), працівники підприємства, ланцюжок прийнятих рішень, середовище управління, повноваження, що описують права та обов'язки управлінців будь-якого рівня, а також санкції за їх недотримання. Схематично передачу повноважень представлено нижче на рисунку.

Ефективне управління супроводжується низкою вміло підібраних *інструментів*. Серед них варто виділити такі: бюрократичні, організаційно-правові, технічні, ресурсні інструменти управління, моніторинг (за Ромаховою О.О.) [6]. Також виділяють адаптивні інструменти, стратегічне планування, робота з клієнтами, управління знаннями, корпоративна культура, 6-сігма. На сьогодні можна виділити і 1с-Бітрікс: корпоративний портал 1.2.0 – це система управління внутрішнім інформаційним ресурсом для колективної роботи над поставленими завданнями, а також ефективною внутрішньої комунікації [1]. Інструментами управління персоналом є: мотивація, теорія "страхів", менеджмент помилок, постановка цілей і планування, делегування повноважень, оцінка персоналу, управління емоціями і талантом [2].

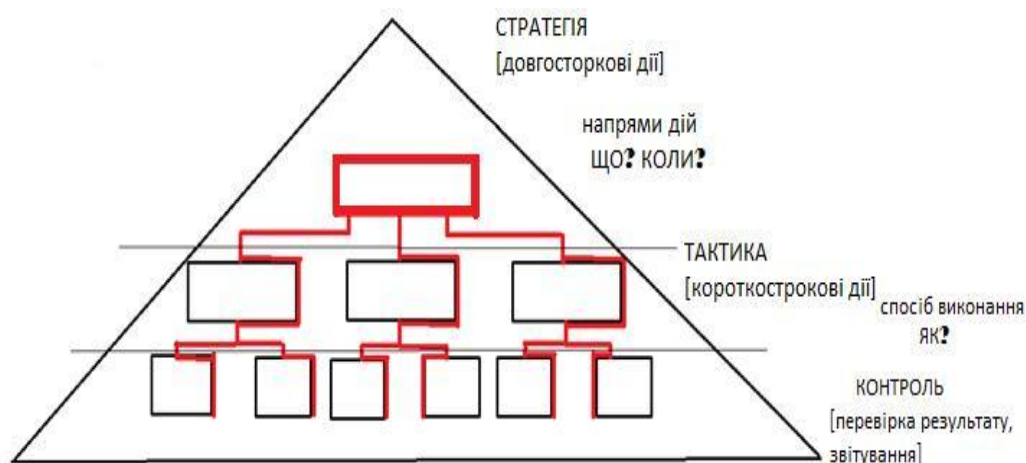


Рис. – Розподіл адміністративних розпоряджень *

де  – адміністративний шат;

— (жирним) – розподіл і делегування влади повноваженими на це адміністраторами;
 — – рівні адміністративного управління, та закріплені за ними обов'язки.

* Примітка. Сформовано автором на основі опрацьованих джерел.

Вірно зазначив гендиректор московського офісу консалтингової компанії "Accenture": "Знати те "як" впроваджувати, набагато важливіше, ніж "що" впроваджувати"[1].

Розглядаючи *методи* адміністрування, можна говорити про їх зв'язок із інструментами. Адже, метод – це спосіб, а інструмент – засіб. На загал виділяють організаційні, розпорядчі та дисциплінарні методи [11]. До групи організаційних методів відносять чітко встановлені норми та правила, організування ходу виконання робіт. Такими методами є стандартизація виконання завдань; постановка та керування цілями; прийняття ефективних рішень; методи встановлення критеріїв, що оцінюють діяльність підприємства, структурного підрозділу, відносин між працівниками враховуючи ієрархію повноважень, і навіть саму технологію виконання управлінських обов'язків; методи оцінки діяльності працівників; управління персоналом: їх координування і взаємозв'язок. Група розпорядчих методів застосовується при необхідності вирішення локальних проблем, питань на порядку денному, питань, що стосуються зміни чи удосконалення курсу діяльності підприємства. У таких випадках видаються накази, постанови, розпорядження, укази, в яких зазначається сутність прийнятого рішення та причини, що вплинули на його прийняття. Такі документи містять настанови та вимоги до виконання. І, відповідно, до дисциплінарних методів відносять міру покарань за невиконання обов'язків, та міру винагород – за заслуги. Каральними методами є: стягнення у вигляді штрафів, пониження на посаді, звільнення. Методами винагород є: заохочення у вигляді премій, кар'єрний ріст, створення комфортних умов праці.

Ресурсом у сфері управління виступають, насамперед, високопрофесійні кадри у галузі адміністрування, адже саме людський ресурс опрацьовує, використовує та управляє усіма іншими ресурсами. Ресурс – це те, що можна використати у своїй діяльності, а у адмініструванні – це інформація, технологія, Інтернет-ресурси, стандарти управління, технічне, матеріальне, фінансове забезпечення, нормативно-правові акти, положення, повноваження, людський потенціал та навички.

Як і кожна система адміністрування має свою *структуру*: виділяють централізовану, децентралізовану, ієрархічну (бюрократичну) та адаптивну структури управління.

Для узагальнення вище сказаного пропонуємо звести компоненти системи адміністрування у таблицю.

Таблиця. Компоненти системи адміністрування та їх зміст.*

Компонент	Сутність компонента
1	2
Суб'єкт	управлінці вищого рівня, локальні адміністратори, системні адміністратори.
Об'єкт	Працівники, досяжні цілі.
Предмет	управління ризиками в системі адміністрування, кількісні і якісні показники, взаємодія між об'єктами управління, організаційно-правові, технологічні, психологічні аспекти та їх рішення.
Фактори	людський ресурс, зовнішні і внутрішні події, інформаційний фактор, зовнішнє та внутрішнє середовище.
Функції	передбачення, планування, організування, розпорядження і контролювання.
Ціль	отримання прибутку, підвищення вартості підприємства за рахунок кадрового потенціалу.
Завдання	"що робити?", "як?" і "коли?".
Рівні	найвищий, середній, найнижчий.
Елементи	адміністратори різних рівнів (адміністративний апарат), працівники, ланцюжок прийнятих рішень, середовище управління, повноваження, санкції за їх недотримання.
Інструменти	бюрократичні, організаційно-правові, технічні, ресурсні інструменти управління, моніторинг, адаптивні інструменти, стратегічне планування, робота з клієнтами, управління знаннями, корпоративна культура, 6-сігма, 1с-Бітрікс.
Методи	організаційні, розпорядчі та дисциплінарні.
Ресурси	високопрофесійні кадри (адміністратори), інформація, технологія, Інтернет-ресурси, стандарти управління, технічне, матеріальне, фінансове забезпечення, нормативно-правові акти, положення, повноваження, людський потенціал та навички.
Структура	централізована, децентралізована, ієрархічна (бюрократична) та адаптивна.

* Примітка. Сформовано автором на основі опрацьованих джерел.

Говорячи про систему адміністрування, завжди згадувалось, що основною дійовою особою у даному процесі є людина (адміністратор). Критерії за якими оцінюються кількісні та якісні характеристики адміністратора допоможуть нам при вдосконаленні системи адміністрування. До кількісних параметрів відносять: кількість адміністраторів, їх вік, стать, досвід роботи взагалі і у вузькій спеціалізації. На загал, кількісні показники встановлюють скільки

прийнято рішень. До якісних показників відносять: ділові характеристики, особисті якості, професійні навички, завдяки ним визначається те, як кількісні рішення якісно вплинули на процес управління.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи вище сказане, можна говорити про специфічність системи адміністрування, яка поєднує в собі риси менеджменту і водночас становить собою окрему управлінську одиницю на підприємстві, входить до системи управління підприємством і сама є системою. Перелічені та розглянуті компоненти досліджуваної нами системи розкривають її сутність, а подальше представлення необхідних елементів системи адміністрування у вигляді індикаторів управлінського процесу дозволить розвинути ідею удосконалення адміністративного управління, як одного із важливих процесів на підприємстві, сформуванню низку критеріїв, що є визначальними у процесі управління. На основі отриманих результатів можна буде скласти кількісну характеристику системи адміністрування.

Список літератури. 1. Григорий Милов Самые актуальные инструменты управления. Режим доступа: // http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_3291/. 2. Инструменты управления персоналом. Режим доступа: // <http://www.personal-studio.com/obuchenie/uprava.html>. 3. Ким А.В. Проблемы функционирования комплекса административного управления на предприятии. Режим доступа:// http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2010_2_2/Kim.pdf. 4. Костенко О. Результативність діяльності як критерій ефективного управління сільськогосподарським підприємством // Аграрна економіка. Розділ: Теорія і методика наукових досліджень. – 2012. – № 3-4 (Т. 5). 5. Ромахова О.А., Сенина Н.В., Харьковский Р.Г. Направления изменений в комплексе административного управления на предприятии. Режим доступа: // http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_3_2/Romahova.pdf. 6. Ромахова О.О. Підвищення адаптивності адміністративного управління на підприємстві. Режим доступа: // http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2011_3_2/Romahova.pdf. 7. Ромахова О.О. Напрями оцінювання системи адміністрування на підприємстві / О.О. Ромахова // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля, 2013. – № 1(190) Ч.1. – с. 169-173. 8. Ромахова О. О. Адміністративний ресурс суб'єкта управління / О. О. Ромахова // Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 10–12 листопада 2011 року, присвяченої 45-річчю Інституту економіки і менеджменту та 20-річчю Інституту післядипломної освіти Національного університету "Львівська політехніка" / Національний університет "Львівська політехніка". – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 322. 9. Русецька О.В. Технології адміністративного менеджменту: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 126 с. 10. Смірнова І.С. Аналізування основних відмінностей між категоріями «менеджмент» та «адміністрування на підприємстві» / І.С. Смірнова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку» – Львів:Видавництво Львівської політехніки, 2012. – №727. – С.150-155. 11. Сущность и значение методов управления. Режим доступа:// <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/posibnuku/189/22.pdf>. 12. Фомичев А.Н. Административный менеджмент: Учебное пособие. – М., 2005. 13. Шаріпова О. С. Моделювання організації адміністративного управління розвитком інтегрованих підприємницьких структур / О.С. Шаріпова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2, Т. 2.

Надійшла до редколегії 11. 09. 2013

УДК 005.5:658

Ключові компоненти при формуванні комплексної системи адміністрування на підприємстві / Вішка І. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 20–28. – Бібліогр.: 12 назв.

В работе исследованы и представлены основные компоненты системы администрирования на предприятии, которые формируют ее основу. Установлены взаимосвязи между этими составляющими.

Анализ существующих компонентов позволит развить и усовершенствовать систему администрирования и в дальнейшем запустить на практике разработаны усовершенствования и предложения.

Ключевые слова: система администрирования, компоненты, сущность компонентов.

This paper investigates and presents basic components of the system of administration at the company, which forms its basis. It is established relationships between these components. Analysis of existing components will develop and improve the system of administration and subsequently run in practice designed to improve and suggestions.

Keywords: system administration, components, essence components.

УДК 338.1

А. В. ВОЗНЮК, аспирант, ДонНУ, Донецк

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬЮ СУБЪЕКТОВ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются внутренние факторы, влияющие на управление финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики, проанализированы показатели, отражающие их экономическое состояние. На основе этого выявлены особенности управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики. Изд.:3. Библиогр.:7 назв.

Ключевые слова: финансовая результативность, факторы, особенности управления, реальный сектор экономики.

Введение. Управление финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики направлено на обеспечение их эффективного функционирования, что, в конечном итоге, является основным индикатором степени развития экономики страны в целом. Такое положение характеризует данный процесс как сложный, комплексный, который рассматривается хозяйствующим субъектом не только с позиций оценки его перспективных возможностей в достижении поставленных целей, но и с позиций уровня реализации поставленных задач. Отсюда управление финансовой результативностью следует считать источником генерирования и обеспечения стабильного экономического развития субъектов реального сектора экономики.

Анализ последних исследований и литературы. Проблемы управления финансовой результативностью нашли свое отражение в работах М. Х. Мескона [1], В.С. Анфилатова [2], И. В. Гонтаревой [3], И.В. Зикуновой [4]. Вместе с тем, по-прежнему является актуальным вопрос определения особенностей управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики.

Цель исследования, постановка проблемы. Значимость процесса управления финансовой результативностью в контексте обеспечения устойчивости финансового состояния субъектов реального сектора экономики

трудно переоценить в современных условиях современной экономической неопределенности и кризисных явлений. Вследствие этого потребность в управлении финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики является весьма актуальной. В связи с этим целью исследования является определение особенностей управления финансовой результативностью.

Материалы исследования. В процессе исследования были выявлены две группы факторов – внешние и внутренние, влияющие на управление финансовой результативностью субъектов хозяйствования. Рассмотрим более подробно внутренние факторы, поскольку именно они определяют особенности управления финансовой результативностью.

Так, одним из важнейших, среди внутренних факторов, является фактор ресурсного обеспечения, который определяет уровень развития любого хозяйствующего субъекта и соответственно влияет на его финансовую результативность. Он неотъемлемо связан с рациональным, эффективным и своевременным формированием, и распределением ресурсов, необходимых для проведения работ по всем циклам, тем самым относится к производству и воспроизводству, минимизации и рационализации затрат. Достаточным уровнем ресурсного обеспечения может быть признан в том случае, если позволяет субъекту хозяйствования своевременно и в полном объеме сформировать необходимые трудовые и материально-технические условия на каждом этапе производственного цикла, при этом, не создавая экономически неоправданных резервов. Такое ресурсное обеспечение текущей и перспективной деятельности субъектов реального сектора экономики способствует повышению их финансовой результативности.

Следующим фактором, влияющим на финансовую результативность субъектов реального сектора, выступает фактор производственных затрат, непосредственно связанных с изготовлением продукции и образующих ее производственную себестоимость. Последняя относится к числу важнейших качественных показателей, в обобщенном виде отражающих все стороны хозяйственной деятельности субъектов реального сектора экономики, их достижения и недостатки. Так, уровень производственных затрат связан с объемом и качеством продукции, использованием рабочего времени, сырья, материалов, оборудования, расходом фонда оплаты труда и так далее. Его снижение приводит к увеличению суммы прибыли и уровня рентабельности, и как следствие, к финансовой результативности.

Последним, но, не менее значительным по ряду причин, является фактор реализации продукции, поскольку объем реализованной продукции определяет такие важнейшие показатели субъектов реального сектора экономики как прибыль, уровень рентабельности и другие. Помимо того, от реализации

продукции зависят производство и материально-техническое обеспечение. В результате, процесс реализации завершает кругооборот средств субъектов реального сектора экономики, что позволяет выполнять обязательства и возмещать производственные затраты. Невыполнение плана реализации продукции, напротив, вызывает замедление оборачиваемости средств в обороте, что ухудшает финансовую результативность субъектов реального сектора экономики. Таким образом, в процессе реализации продукции окончательно определяется результат деятельности субъектов реального сектора экономики, направленный на расширение объемов деятельности и получение прибыли. Организация реализации продукции является завершающей стадией производственного цикла и поэтому является одним из важнейших факторов, влияющих на финансовую результативность субъектов реального сектора экономики.

Высокий уровень финансовой результативности субъектов реального сектора экономики достигается благодаря высокому качеству управления, которое оценивается наиболее требовательно по степени удовлетворения ожиданий собственников с позиции достижения субъектами реального сектора необходимого финансового состояния.

Данные экономической статистики [7] указывают, что под влиянием вышеизложенных факторов формируются особенности управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики.

Так, в соответствии с данными Государственного комитета статистики Украины за период 2007-2011 гг. (табл. 1) наблюдается увеличение числа убыточных субъектов реального сектора экономики. По сравнению с 2007 г. их количество выросло на 6,5 п.п. и составило 38,8 % в 2011 г. Убыточная деятельность не обеспечивает финансовую результативность, без которой не будет достигнуто устойчивое финансовое состояние хозяйствующих субъектов.

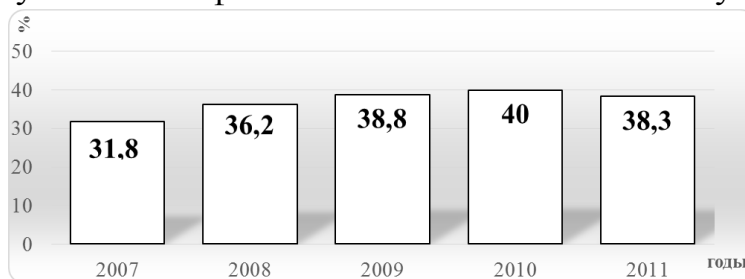


Рис. 1 – Динамика убыточных субъектов реального сектора экономики Украины, %

Такое неудовлетворительное финансовое состояние субъектов реального сектора экономики характеризуется тем, что в течение определенного времени денежные поступления не компенсируют расходы, прибыль не образуется в достаточном объеме (табл. 1), увеличивается долг. Первопричиной появления

убыточности является неэффективность производства: технологии производства устарели, изношенность основных фондов достигла критических значений, отсюда – необычайно высокие энергоемкость и себестоимость продукции, и как следствие, – убыточность и падение производства.

Таблица 1. Прибыль (убыток) субъектов реального сектора экономики Украины по видам экономической деятельности за период 2008-2011 гг.

Виды экономической деятельности	Прибыль, млн. грн.			
	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Сельское хозяйство, охотничье, лесное хозяйство	5789,2	7584,8	17276,0	26023,1
Промышленность	5542,5	-14192,5	11889,6	37077,5
Строительство	-7975,4	-4439,0	-3584,8	-2859,8
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления	-34093,2	-13903,7	7482,7	4734,0
Деятельность гостиниц и ресторанов	-1568,9	-922,5	-633,6	-712,3
Деятельность транспорта и связи	234,5	4889,5	4115,1	6471,9
Всего	-32071,3	-20983,4	36545	74306,5

При преодолении убыточности субъектов реального сектора экономики Украины, а значит, достижении их финансовой результативности, необходимо уделить внимание таким направлениям как снижение затрат, увеличение объемов реализованной продукции и улучшение использования всех производственных ресурсов для развития производственно-хозяйственной деятельности.

Как следует из табл. 1 в период 2008-2009 гг. наблюдается убыточная деятельность субъектов реального сектора экономики Украины, но уже в 2010 году они стали получать прибыль. Несмотря на это, некоторые виды экономической деятельности остаются убыточными на протяжении всего анализируемого периода. Такая ситуация сложилась под воздействием мирового финансового кризиса, что значительно повлияло на состояние экономики Украины. Отрицательная прибыль отражает глубокие и долгосрочные проблемы субъектов реального сектора экономики – операционную неэффективность, значительные займы, которые превышают текущие денежные поступления. Следующей причиной может быть неверный стратегический выбор в сфере ассортимента выпускаемой продукции или в маркетинговой политике, который мог привести к снижению выручки от реализации продукции. В таком случае финансовое благополучие не является легко достижимым и требует значительной реструктуризации. Так, с ростом объемов реализованной продукции (рис. 2) субъекты реального сектора экономики начинают получать положительную прибыль. Также необходимо отметить причину недостаточного

объема прибыли – неэффективность операционных процессов – из-за устаревших машин и оборудования или низкой квалификации рабочей силы.

Как видим, рис. 2 иллюстрирует рост объемов реализованной продукции субъектов реального сектора экономики Украины по всем видам экономической деятельности за анализируемый период. Однако, несмотря на сложившуюся тенденцию субъекты хозяйствования строительства, гостиниц и ресторанов так и не смогли получить прибыль на протяжении всего периода.



Рис. 2 – Динамика объемов реализованной продукции субъектов реального сектора экономики Украины по видам экономической деятельности за период 2008-2011 гг., млн. грн.

В связи с вышеизложенными проблемами неэффективности производства проанализируем состояние износа основных средств субъектов реального сектора экономики Украины по видам экономической деятельности за период 2006-2011 гг. (табл. 2). Соответственно данным табл. 2 степень износа основных средств субъектов реального сектора экономики очень высокая.

Таблица 2. Степень износа основных средств субъектов реального сектора экономики по видам экономической деятельности за период 2006-2011 гг.

Виды экономической деятельности	Степень износа основных средств, %					
	2006 г.	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.
Сельское хозяйство, охотничье, лесное хозяйство	48,2	46,2	45,7	39,6	35,8	35,3
Промышленность	58,6	59,0	58,0	61,8	60,1	59,4
Строительство	40,8	39,3	41,0	46,0	46,2	46,0
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления	29,8	22,0	26,4	28,7	31,3	32,8
Деятельность гостиниц и ресторанов	37,7	39,2	41,5	42,1	26,8	30,4
Деятельность транспорта и связи	60,4	66,9	82,4	83,9	86,8	87,3
Всего	45,9	45,4	49,2	50,5	47,8	48,53

В 2009 г. данный показатель приобрел пороговое значение в целом по субъектам реального сектора экономики, но в дальнейшем наблюдается постепенное его снижение. Ликвидировать негативное влияние износа основных средств на производительность их функционирования возможно за счет

внедрения эффективной стратегии воспроизводства основных средств. Ведь воспроизводство основных производственных средств – это процесс непрерывного их обновления.

Таким образом, рост степени износа основных средств субъектов реального сектора экономики Украины, наиболее ярко иллюстрирует не только неэффективное управление их ресурсообеспечением, но и, как следствие, невозможность использования передовых технологий для разработки инновационной продукции, о чем свидетельствует тенденция снижения удельного веса инновационной продукции в объеме промышленной (рис. 3).

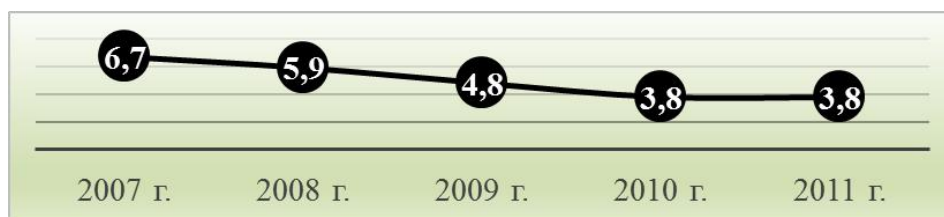


Рис. 3 – Удельный вес реализованной инновационной продукции в объеме промышленной продукции, %

Так, за анализируемый период данные рис. 3 иллюстрируют снижение удельного веса реализованной инновационной продукции в объеме промышленной продукции на 2,9 п.п. Данная ситуация возникла под влиянием стабильной невозможности субъектами реального сектора экономики Украины осуществлять финансовое обеспечение разработки и реализации инновационной продукции, низкой платежеспособности, а значит, недостаточной ресурсной обеспеченности субъектов реального сектора экономики. Существующая тенденция инновационной деятельности субъектов реального сектора экономики отражает снижение их финансовой результативности.

Согласно данным табл. 3 можно сделать вывод о недостаточном характере воспроизводства основных средств. Показатели эффективности использования основных средств имеют значительную отраслевую дифференциацию.

Так, наибольшая эффективность использования основных средств была у субъектов хозяйствования торговли, где с 1 грн. среднегодовой стоимости основных средств реализовано в среднем 20 грн. продукции. Несколько меньшее значение показателя наблюдается в сферах строительства и промышленности: объем реализованной продукции превышает стоимость основных средств более чем в два раза. Обратным показателем к капиталоотдаче является капиталоемкость, значение которого является высоким у субъектов хозяйствования транспорта и связи.

Таблица 3. Показатели эффективности использования основных средств субъектов реального сектора экономики Украины по видам экономической деятельности за период 2008-2010 гг.

Виды экономической деятельности	Показатели эффективности основных средств за год								
	Капиталоотдача			Капиталоемкость			Капиталооснащенность		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Сельское хозяйство, охотничье, лесное хозяйство	1,46	1,47	1,67	0,68	0,68	0,6	39,5	59,8	72
Промышленность	2,77	2,82	2,25	0,36	0,35	0,45	76,9	101,2	124,3
Строительство	5,64	4,88	2,93	0,18	0,21	0,34	30,9	41,6	58,6
Торговля; ремонт автомобилей, бытовых приборов и предметов личного потребления	24,5	22,3	16,91	0,04	0,05	0,06	38,1	49,4	63,0
Деятельность гостиниц и ресторанов	1,33	1,49	1,33	0,76	0,57	0,75	53,1	62,9	73,1
Деятельность транспорта и связи	1,00	1,01	1,01	1,00	0,99	0,99	121,4	154,1	166,6
Всего	6,12	5,66	4,35	0,50	0,48	0,53	59,98	78,17	92,93

Уровень капиталоемкости является самым высоким в сфере транспорта и промышленности, что объясняется отраслевыми особенностями данных субъектов реального сектора по обеспечению технологического процесса производства трудовыми ресурсами. Показатели эффективности использования основных средств свидетельствуют о неэффективности эксплуатации основных запасов, особенно в тех областях, где в зависимости от специфики деятельности их удельный вес в структуре необоротных активов значителен.

Таким образом, приведенный анализ статистических данных деятельности субъектов реального сектора экономики позволяет определить основные особенности управления их финансовой результативностью. Ими являются:

1. Недостаточно эффективное управление ресурсообеспечением субъектов реального сектора экономики Украины. Как известно, наличие технически устаревшего оборудования является результатом не только нехватки свободных собственных средств у субъектов реального сектора экономики, но и отсутствия взвешенности в принятии решений относительно обновления основных средств, что является причиной изготовления неконкурентной продукции, неспособности удовлетворять на соответствующем уровне растущий спрос на качественную продукцию и, как следствие – причиной снижения финансовой результативности

Таким образом, ресурсное обеспечение субъектов реального сектора экономики является источником их устойчивого конкурентного преимущества. В условиях конкурентной борьбы, победителем выходит тот, кто сумеет добиться больших конкурентных преимуществ по отношению к потребителю.

Создание и сохранение конкурентных преимуществ является необходимым для этого условием.

Поэтому, чтобы добиться эффективности, управление ресурсообеспечением должно быть направлено не только на привлечение, правильное использование, развитие и совершенствование существующих ресурсов, но также на разработку ресурсной базы субъектов реального сектора экономики. Из этого следует, что качество управленческих решений относительно использования имеющихся ресурсов и приобретения новых ресурсов субъектов реального сектора экономики определяет их финансовую результативность.

Достаточная обеспеченность ресурсами, эффективное их использование приводит к стабильному росту дохода и финансовому благополучию не только в текущий момент времени, но и в обозримом будущем, поскольку ресурсы являются основой производства продукции, а значит, и его экономической жизнедеятельности. Однако, если ресурсы используются неэффективно, тогда и не обеспечивается финансовая результативность субъектов реального сектора экономики. Поэтому чем выше ресурсообеспеченность и эффективнее использование ресурсов субъектов реального сектора экономики, тем лучше финансово-экономические результаты их деятельности, выше финансовая результативность, что в конечном итоге создает благоприятные условия для дальнейшего развития. В этой связи чрезвычайно актуальным является эффективное управление ресурсообеспечением субъектов реального сектора экономики Украины как важное условие повышения их финансовой результативности.

2. Отсутствие должного внимания управлению производственными затратами субъектов реального сектора экономики Украины. Для любого субъекта реального сектора экономики всегда актуальным остается вопрос оптимизации использования имеющихся у него ресурсов, а также достижения наиболее благоприятного сочетания производственных затрат – затрат, связанных с процессом производства продукции начиная с момента запуска сырья в производство и кончая сдачей готовых изделий на склад готовой продукции. В настоящее же время спрос в основном зависит от того, насколько конкурентоспособны цены и затраты на продукцию. Производственные затраты занимают основное место в структуре затрат субъектов реального сектора экономики, концентрируя в себе результаты всех направлений их деятельности. Они отражают основные направления по снижению себестоимости: повышение производительности труда, внедрение передовой техники и технологии, лучшее использование оборудования, сокращение брака и ликвидацию потерь. Поэтому проблемы управления производственными затратами имеют основополагающее

практическое значение для субъектов реального сектора экономики. Они должны затрагивать решение вопросов планирования, учета, анализа, контроля затрат, снижения себестоимости продукции с учетом особенностей посткризисного периода, потребительских предпочтений, конкурентной среды. В связи с этим, в управлении финансовой результативностью на современном этапе следует делать акцент на особенности управления производственными затратами, чтобы обеспечить возможность субъектов хозяйствования успешно конкурировать на рынке, и, соответственно, придать им необходимые для реализации этой задачи свойства и качества.

Несомненно, результаты деятельности субъектов хозяйствования рассматриваются через призму доходов и расходов, причем доходы в значительной степени зависят от конъюнктуры рынка, а расходы – в большей степени от работы самого субъекта хозяйствования. Поэтому оптимизация производственных затрат и нахождение наиболее приемлемых управленческих решений в этой области являются объективным требованием современной экономической ситуации. В связи с этим, возникает необходимость уделить должное внимание управлению производственными затратами субъектов реального сектора экономики Украины с целью увеличения их финансовой результативности.

3. Объективная потребность в совершенствовании управления реализацией продукции субъектов реального сектора экономики Украины.

В настоящее время финансовая результативность субъектов реального сектора экономики приобретает принципиальное значение в долгосрочном периоде. Сложность решения такой задачи обусловлена высокой степенью изменчивости состояний внешней и внутренней среды. Важным аспектом здесь является совершенствование процесса реализации продукции, включающего производство, складирование, транспортирование, построение каналов сбыта и управление финансовыми потоками с целью увеличения выручки от реализации, а значит и прибыли субъектов реального сектора экономики Украины. Обеспечение успеха при этом непосредственно связано с глубоким и всесторонним изучением рынка и рыночных возможностей производственного продукта. Анализ рыночных условий хозяйствования, разработка путей и методов внедрения товара на рынок и увеличение объемов его реализации составляют особое направление в деятельности субъектов реального сектора экономики. Высокая конкуренция, необходимость увеличения объема продаж и прибыли с целью их развития являются предпосылками необходимости расширения рынков сбыта. В связи с этим существует объективная потребность в совершенствовании управления реализацией продукции субъектов реального сектора экономики Украины.

Выводы. Подводя итог, необходимо отметить, что именно учет особенностей управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики дает возможность комплексного рассмотрения данного процесса. Однако, с целью правильного, качественного управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики актуальным становится разработка концепции управления с позиции системного подхода, что станет предпосылкой к достижению их устойчивого финансового состояния.

Список литературы: 1. Мескон М. Х. Основы менеджмента / Мескон М. Х., Альберт М., ХедоуриФ.; пер. с англ. О. И. Медведь. – 3-е изд. – М. : Вильямс, 2007. – 664 с. 2. Анфилатов В.С. Системный анализ в управлении: [учебн.пособие] / В.С. Анфилатов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с. 3. Гонтарева І. В. Оцінювання системної ефективності функціонування і розвитку промислових підприємств : [монографія] / І. В. Гонтарева. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2011. – 480 с. 4. Зікунова І.В. Управление финансовой результативностью компании : [учебн.пособие] / И. В. Зікунова. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2006. – 124 с. 5. Анисимов О. С. Новое управленческое решение: сущность и пути формирования / О. С. Анисимов. – М. : Экономика, 2002. – 304 с. 6. Райзберг Б.А. Управление экономикой: [учебник] / Б.А. Райзберг, Р.А Фатхутдинов.– М.: ЗАО «Бизнес-школа» Интел-синтез, 1999. – 784 с. 7. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 28.09.2013

УДК 338.1

Особенности управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики / Вознюк А. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 28–37. – Бібліогр.: 7 назв.

У статті розглядаються внутрішні фактори, що впливають на управління фінансовою результативністю суб'єктів реального сектора економіки, проаналізовано показники, що відображають їх економічний стан. На основі цього виявлено особливості управління фінансовою результативністю суб'єктів реального сектора економіки.

Ключові слова: фінансова результативність, особливості управління, фактори, реальний сектор економіки.

The article discusses the internal factors influencing the financial performance management of the real economy sector subjects, analyzed indicators reflecting their economic condition. Based on this features of the financial performance management of the real economy sector subjects have identified.

Keywords: financial performance, management features, factors, the real economy sector subjects.

УДК 338.2:338.984:519.86

УДК 658.14

А. П. ГОРПИНЧЕНКО, аспірант. ХДУХТ, Харків

ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ В ЗАГАЛЬНІЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено механізм формування та реалізації політики управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства як складової підсистеми його загальної та фінансової стратегії розвитку. Визначено пріоритети управління на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях, виокремлено складові функціональні стратегії управління власними та позиковими фінансовими ресурсами,

© А. П. Горпинченко, 2013

запропоновано використання процесного, системного і ситуаційного підходів до управління фінансовими ресурсами на торговельному підприємстві.

Ключові слова: стратегія розвитку, політика управління, фінансові ресурси, фінансова стратегія і тактика, торговельне підприємство.

Вступ. В системі побудови ефективного менеджменту підприємства одним з вихідних положень є розуміння того, що фінансові ресурси є ключовим елементом ресурсної бази його функціонування. Фінансово-господарська діяльність суб'єктів господарювання передбачає процеси формування, використання та відтворення різних видів ресурсів: матеріальних, трудових, фінансових, між якими повинна дотримуватися певна рівновага. Для формування механізму якісного та ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства, необхідно дотримуватися принципів системності та комплексності, що стає особливо актуальним є у зв'язку із економічною та політичною нестабільністю у світі, глобалізацією бізнесу, збільшенням підприємницьких ризиків та жорсткістю конкуренції.

Економічний розвиток торговельних підприємств на основі розширеного відтворення, у першу чергу, залежить від їхнього достатнього забезпечення усіма видами ресурсів. Практика показує, що для вітчизняних підприємств торгівлі найбільш дефіцитними є фінансові ресурси. Вони є найбільш мобільними, що в умовах високого динамізму зовнішнього середовища та мінливої ринкової кон'юнктури виступає ключовим фактором ефективності. Рівень фінансового потенціалу й умови фінансових ринків розширюють або обмежують можливості формування торговельними підприємствами достатнього обсягу фінансових ресурсів. Все це зумовлює необхідність розробки ефективної політики управління фінансовими ресурсами як одного з найважливіших елементів в загальній стратегії діяльності та розвитку торговельних підприємств.

Аналіз основних досягнень і літератури. Значний внесок у розвиток теорії управління фінансовими ресурсами підприємств зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені, а саме: І.Ю. Бланк, Ю.Ф. Брігхем, Д.К. Ван Хорн, О.Д. Василик, О.Д. Заруба, О.І. Кулинич, Д. Коллис, Л.О. Лігоненко, А.А. Мазаракі, С. Монтгомери, К.В. Павлюк, В.Ф. Палій, А.М. Поддєрьогін, Ж. Рішар, Д.Г. Сігел, В.І. Терьохін, О.О. Орлов, Р.Н. Холт та ін.

Проте, і на сьогодні залишаються актуальними питання, пов'язані з розробкою та реалізацією ефективної стратегії і тактики управління фінансовими ресурсами підприємств, зокрема, торговельних, як цілісної системи, підпорядкованої єдиній фінансовій і генеральній стратегії функціонування та розвитку підприємства в сучасних умовах невизначеності та ризиків, що притаманні мінливому ринковому середовищу.

Мета дослідження. Метою статті є дослідження механізму формування та реалізації політики управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства як складової підсистеми його загальної та фінансової стратегії розвитку.

Матеріали досліджень. Управлінська діяльність – це один з найважливіших чинників функціонування й розвитку торговельних підприємств в умовах ринкової економіки. Вона постійно вдосконалюється у відповідності з об'єктивними вимогами фінансово-торговельної діяльності, ускладненням міжгосподарських зв'язків, підвищенням ролі споживача у формуванні попиту на той чи інший асортимент товарів.

Управління торговельним підприємством передбачає створення єдиної, раціональної, чітко та безперервно функціонуючої системи з певними цільовими установками та взаємопов'язаними елементами. Управління фінансовими ресурсами слід розглядати як найважливішу складову загальної системи управління підприємством [1].

Управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства є складним процесом, який треба розглядати як процес прийняття і здійснення управлінських рішень, спрямованих на оптимальне формування, раціональне та ефективне використання, відтворення та нарощення фінансового потенціалу підприємства з метою досягнення поставлених стратегічних, тактичних і оперативних цілей, забезпечення стійкого функціонування і подальшого розвитку підприємства [1].

У відповідності з визначеними пріоритетами та ієрархією організаційної структури в управлінні фінансовими ресурсами торговельних підприємств можна виділити три основні рівні – стратегічний (генеральний), тактичний (функціональний) та оперативний (короткотерміновий).

Під фінансовою стратегією підприємства розуміється формування системи довгострокових цілей фінансової діяльності й вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення. Фінансова стратегія є частиною загальної стратегії підприємства. До основних етапів процесу формування фінансової стратегії підприємства відносять [3]:

- визначення загального періоду формування фінансової стратегії;
- дослідження впливу чинників зовнішнього фінансового середовища та кон'юнктури фінансового ринку;
- формування стратегічних цілей фінансової діяльності підприємства;
- конкретизація цільових показників фінансової стратегії за періодами її реалізації;

– розробка фінансової політики за окремими аспектами фінансової діяльності, що є найбільш відповідальним етапом формування фінансової стратегії.

Фінансова політика являє собою форму реалізації фінансової ідеології і фінансової стратегії підприємства в розрізі найбільш важливих аспектів фінансової діяльності на окремих етапах її здійснення. На відміну від фінансової стратегії в цілому, фінансова політика формується лише по конкретним напрямкам фінансової діяльності підприємства, які потребують забезпечення найбільш ефективного управління для досягнення головної стратегічної мети цієї діяльності.

Оцінка ефективності розробленої фінансової стратегії та фінансової політики є заключним етапом розробки фінансової стратегії підприємства і здійснюється за наступними основними параметрами:

– узгодження фінансової стратегії підприємства із загальною стратегією його розвитку;

– узгодженість фінансової стратегії підприємства з передбаченими змінами зовнішнього середовища;

– внутрішня збалансованість фінансової стратегії та фінансової політики;

– рівень реалізованості фінансової стратегії та фінансової політики;

– прийнятність рівня ризиків, пов'язаних з реалізацією фінансової стратегії та фінансової політики;

– результативність розробленої фінансової стратегії та фінансової політики торговельного підприємства.

Результати досліджень. Політика управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства є невід'ємною складовою формування його загальної (генеральної) стратегії розвитку, зокрема, фінансової стратегії, в межах якої необхідно розробити та реалізувати наступні функціональні стратегії: управління формуванням власних фінансових ресурсів; управління залученням позикових фінансових ресурсів; оптимізація структури та вартості джерел фінансових ресурсів (капіталу); управління розміщенням фінансових ресурсів в активи (необоротні та оборотні); формування раціональної структури активів і капіталу; управління товарними запасами; управління грошовими потоками; управління використанням фінансових ресурсів в процесі операційної, інвестиційної, фінансової діяльності; управління фінансовими результатами (доходами, витратами, прибутком); управління фінансовим станом (фінансовою стійкістю, ліквідністю, платоспроможністю); управління фінансовими ризиками в процесі формування та використання фінансових ресурсів; організація своєчасного моніторингу, систематичного контролю, аналізу та оцінки

ефективності реалізації політики управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства (рис. 1).

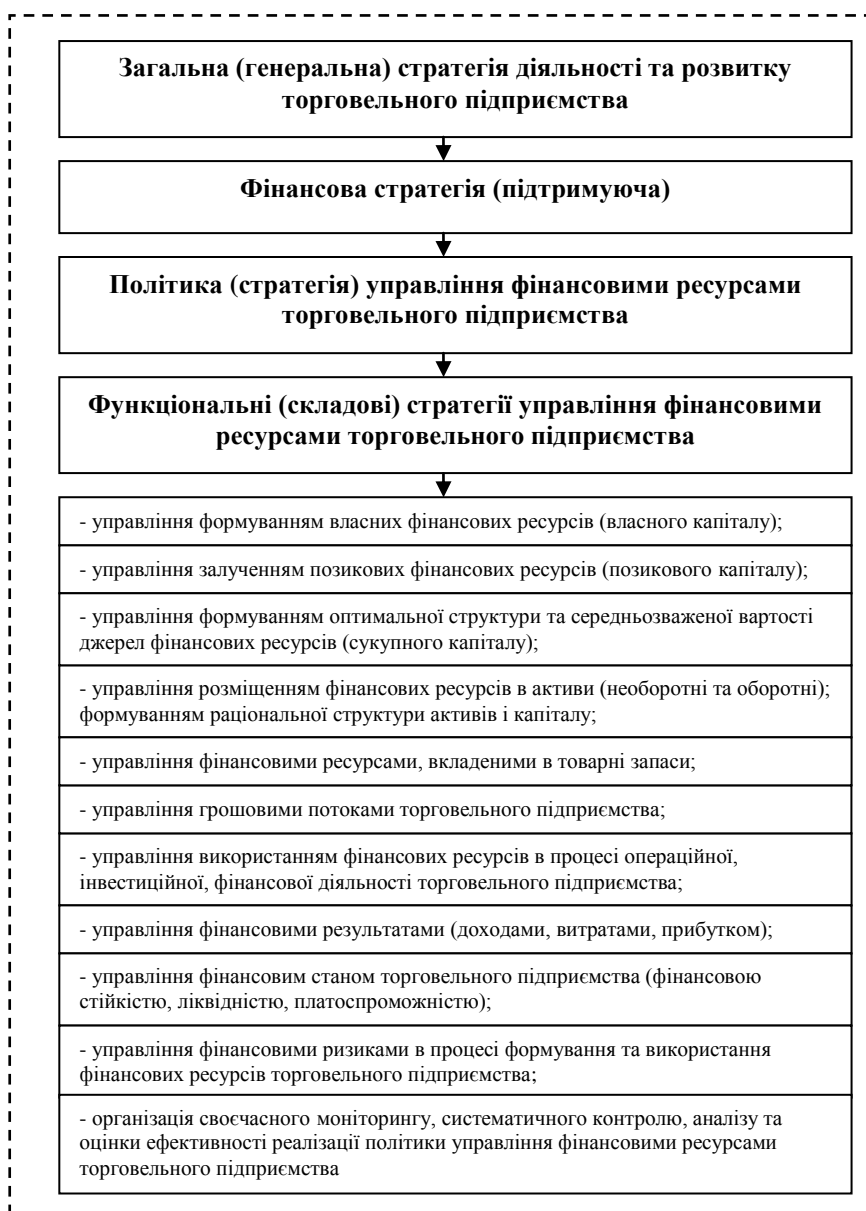


Рис. 1 – Формування політики управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства

Пріоритетом управління на стратегічному рівні є забезпечення необхідним обсягом фінансових ресурсів найбільш вагомим (у відповідності з встановленими довготерміновими цілями) проектів, заходів та операцій, результатом яких можуть бути значні зміни фінансового стану торговельного підприємства, різка зміна структури та величини усіх господарських засобів (активів) та джерел їх утворення (пасивів).

Для кожної із функціональних стратегій в рамках політики управління фінансовими ресурсами необхідно розробити систему тактичних заходів, що

спрямовані на їх реалізацію в розрізі окремих цілей та аспектів торговельно-фінансової діяльності в рамках окремих часових періодів, на основі узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища. Функціональна направленість тактичного рівня управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства полягає у формуванні, розподілі та використанні необхідної кількості фінансових ресурсів для забезпечення основних напрямків його діяльності (закупівлі товарів, транспортуванні, зберіганні товарних запасів, формуванні асортименту, реалізації товарів, обслуговуванні покупців тощо).

Під оперативним управлінням розуміється комплексна система заходів з формування, розподілу та контролю за фінансовими ресурсами для забезпечення поточної діяльності підприємства в межах виконання короткотермінових та середньотермінових планів.

Пріоритетом управління для оперативного рівня є ефективне використання наявних фінансових ресурсів. Серед задач, що вирішуються в рамках оперативного управління, особливе місце займає прив'язка систем фінансових планів та управлінської звітності в єдину інтегровану інформаційну систему управління фінансовими ресурсами підприємства. Така єдина інтегрована система дозволяє забезпечити контроль за виконанням запланованих ключових стандартів діяльності як на усіх рівнях структури управління, так і в рамках часових інтервалів, що визначені довготерміновими та короткотерміновими планами.

Важливою складовою системи управління фінансовими ресурсами торговельного підприємства є формування якісного та повного інформаційного забезпечення як головної вимоги його конкурентоспроможності. Від своєчасного отримання достовірної інформації та її оперативної обробки повністю залежить якість і своєчасність управління усіма напрямками діяльності торговельного підприємства, у тому числі, управління його фінансовими ресурсами.

Побудова системи управління фінансовими ресурсами на торговельному підприємстві повинна базуватися на основних підходах, що виділяються в теорії та практиці управління, а саме: процесному, системному і ситуаційному.

Процесний підхід трактує управління як серію безпосередніх взаємопов'язаних дій. Ці дії, кожна з яких сама по собі вже є процесом, значною мірою визначають успіх управлінської діяльності. Вони дістали назву «управлінські функції». Кожна управлінська функція – це також процес. Отже, процес управління являє собою суму всіх функцій (рис. 2).

Системний підхід в управлінні означає, що система – це деяка цілість, що складається із взаємозалежних частин, кожна з яких певною мірою характеризує ціле. Згідно з системним підходом треба розглядати підприємство як сукупність

взаємопов'язаних елементів, що орієнтовані на досягнення певних цілей і тісно переплетені з зовнішнім середовищем.



Рис. 2 – Функції управління фінансовими ресурсами підприємства на основі процесного підходу

Підприємство отримує із зовнішнього середовища інформацію, матеріальні, трудові, фінансові ресурси. Ці компоненти мають назву «входи». У процесі перетворення ці входи перетворюються на підприємстві у продукцію або послуги, вони і є «виходами». Якщо організація управління ефективна, то в процесі діяльності утворюється додаткова вартість.

Ситуаційний підхід ґрунтується на тому, що пріоритетність методів управління визначається ситуацією. Через те що існує безліч чинників як у самій організації, так і у зовнішньому середовищі, не існує єдиного «кращого» методу управління. Щодо конкретної ситуації найефективнішим є той, що найбільш повно відповідає її суті.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про те, що торговельним підприємствам необхідно використовувати комплексний підхід до управління своїми фінансовими ресурсами. В умовах трансформації ринкових відносин та нестійкої економічної та фінансово-кредитної кон'юнктури підвищується роль вибору фінансової стратегії і відповідної тактики підприємства щодо управління процесом формування та використання своїх фінансових ресурсів.

Сучасна практика управління вимагає створення нових, ефективних підходів до управління фінансовими ресурсами підприємств, що дозволять забезпечити досягнення необхідного рівня фінансової безпеки підприємства і нададуть можливість досягнути ефективного рівня використання усіх видів ресурсів, в першу чергу, фінансових.

Процес управління фінансовими ресурсами на підприємствах торгівлі повинен базуватися на таких засадах:

– управління фінансовими ресурсами – це система, яка містить у собі принципи, методи, способи та інструменти, призначені для організації їх руху відповідно до дії об'єктивних економічних законів, вимог законодавчо-нормативних актів і економічних інтересів власників підприємств;

– виступаючи самостійною системою, управління фінансовими ресурсами одночасно є складовою частиною системи загального й фінансового менеджменту підприємства;

– управління фінансовими ресурсами підлегле реалізації загальної стратегії торговельного підприємства й покликано забезпечувати його нормальне функціонування й економічний розвиток;

– створення системи управління фінансовими ресурсами має свою внутрішню логіку, яка визначає дотримувannya й послідовність здійснення певних процедур і етапів;

– модель управління – це організаційна система, за допомогою якої досягається висока якість формування, розміщення, використання, відтворення та нарощення фінансових ресурсів торговельного підприємства;

– індикатором якості управління фінансовими ресурсами виступає рівень забезпечення ними підприємства, адекватний його фінансовому потенціалу, а також підвищення ефективності їх використання, яке забезпечує динамічний розвиток і зростання капіталізації торговельного підприємства;

– процес управління фінансовими ресурсами повинен передбачати визначення потреби, доцільності, результатів і наслідків формування й використання фінансових ресурсів; встановлювати критерії та нормативи, які дозволяють оцінити рівень досягнення намічених цілей і ефективність здійснення політики управління фінансовими ресурсами на підприємствах торгівлі.

Список літератури: 1. Мазаракі А. А. та ін. Економіка торговельного підприємства. Підручник для вузів / Під ред. проф. Н. М. Ушакової. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с. 2. Фінанси підприємств : підручник / Л.О. Лігоненко, Н.М. Гуляєва, Н.А. Гринюк [та ін.]. – К.: КНТЕУ, 2006. – 491 с. 3. Фінансовий менеджмент : Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – К. : КНЕУ, 2005. – 535 с. 4. Фінансова енциклопедія / О. П. Орлюк, Л. К. Воронова, І. Б. Заверуха [та ін.]; за заг. ред. О.П. Орлюк. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 472 с. 5. Коллис Давид Дж., Монтгомери Вільям А. Корпоративная стратегия: ресурсный поход / Д. Коллис, С. Монтгомери // М. : ЗАО «Вілья-Бизнес», 2007. – 400 с.

Надійшла до редколегії 25.10.2013

УДК 658.14

Формування політики управління фінансовими ресурсами в загальній стратегії розвитку торговельного підприємства / Горпинченко А. П. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2013. – № 52(1025).– С. 37–45. – Бібліогр.: 5 назв.

Исследован механизм формирования и реализации политики управления финансовыми ресурсами торгового предприятия как составляющей подсистемы его общей и финансовой стратегии развития. Определены приоритеты управления на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях, вычленены составные функциональные стратегии управления собственными и заемными финансовыми ресурсами, предложено использование процессного, системного и ситуационного подходов к управлению финансовыми ресурсами на торговом предприятии.

Ключевые слова: стратегия развития, политика управления, финансовые ресурсы, финансовая стратегия и тактика, торговое предприятие.

The mechanism of formation and realisation of a policy of management by trade enterprise financial resources as making subsystem of its general and financial strategy of development is investigated. Management priorities at strategic, tactical and operative levels are defined, compound functional strategy of management by own and extra financial resources are isolated, use of process, system and situational approaches to management of financial resources on trade enterprise is offered.

Keywords: strategy of development, the politician of management, financial resources, financial strategy and tactics, trade enterprise.

УДК 681.83

Р. Г. ДОЛІНСЬКА, проф., НТУ «ХПІ»;

Б. Г. ЗАВГОРОДНИЙ, магістрант, НТУ «ХПІ».

ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ І ЗБУТУ ПРОМИСЛОВОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МСП

Висвітлені особливості формування міжнародних каналів розподілу і збуту промислової продукції тривалого використання, що виробляються малими і середніми підприємствами. Визначено напрямки вдосконалення міжнародних каналів розподілу та збуту продукції тривалого використання для малих і середніх підприємств.

Ключові слова: малі і середні підприємства, міжнародні канали розподілу і збуту промислових товарів, методи визначення структури каналу розподілу і збуту.

Вступ. Нині дедалі важчим стає розмежування внутрішнього та зовнішнього ринків, яке каталізує лібералізація зовнішньоекономічної діяльності. Малий і середній бізнес, який чутливо реагує на коливання зовнішньої та внутрішньої кон'юнктури, складає підґрунтя функціонування світової економіки, сприяє її транснаціоналізації, глобалізації, підвищенню конкурентоспроможності національних економічних комплексів.

Аналіз досліджень та літератури. Найбільш детально розвиток управлінської системи міжнародної дистрибуції висвітлено в роботах зарубіжних вчених: Деніелса Дж., Бауерсокса Д., Штерна Льюїса В., Ламберта Д.М., Авдокушкіна Є.Ф., Герчикової І.Н. та інших. Серед вітчизняних авторів процеси міжнародного розподілу і збуту продукції досліджувались в наукових працях Балабанової Л.В, Циганкової Т.М., Крикавського Є.В., Онищенко В.Ф., Чухрая Н.І. тощо,

Разом з тим не до кінця вивченими, дискусійними залишаються важливі аспекти зовнішньоекономічної діяльності малих і середніх підприємств (МСП),

форми розвитку довгострокового співробітництва з іноземними контрагентами, особливості зовнішньоекономічної стратегії розподілу і збуту продукції.

Мета досліджень, постановка проблеми. Метою роботи є висвітлення особливостей формування каналів розподілу і збуту промислової продукції тривалого використання для МСП.

Матеріали досліджень. МСП, які працюють на міжнародному ринку, при розробці своїх каналів розподілу мають вирішити ще більше проблем, ніж при роботі на внутрішньому ринку. Формування міжнародних каналів розподілу і збуту товарів промислової продукції тривалого використання, що реалізується МСП, має свої особливості. Зовнішньоекономічна діяльність малого бізнесу має свою специфіку, обумовлену його характерними рисами, такими як обмеженість фінансових, управлінських ресурсів, міжнародного досвіду та можливостей технологічного трансферу, нестача технічних навичок для сприйняття нових технологій та домінування короткострокових цілей. Ці внутрішні властивості негативно відбиваються на конкурентоспроможності МСП та роблять їх більш вразливими до зовнішніх умов міжнародної діяльності, обумовлюють більшу залежність від зовнішньоекономічної та інвестиційної політики, умов конкурентної боротьби, ступеню розвитку інфраструктури, макроекономічної та політичної ситуації, культурних, інформаційних та інших чинників, порівняно з великими компаніями. Найчастіше виробництво такої продукції здійснюється «на замовлення» з причин обмежень щодо фінансових можливостей і складських приміщень. Подібні підприємства обслуговують за кордоном досить вузьку ринкову нішу.

Іноземний імпортер або посередник, з яким вітчизняний МСП укладає експортний контракт, може бути знайдений різними способами. Іноді це відбувається випадково, через знайомих і існуючих партнерів по бізнесу, під час участі в торговельних виставках і ярмарках, але частіше є результатом цілеспрямованого пошуку. У всякому разі цьому питанню варто приділяти серйозну увагу, тому що в умовах нестійкої світової кон'юнктури, гострої конкуренції на зовнішньому ринку бажано, щоб компанії укладали не разові угоди, а встановлювали довгострокові партнерські відносини.

Кількість альтернативних варіантів побудови каналів розподілу залежить від множини визначальних чинників. Як правило, вибір торгових посередників здійснюється за такими головними критеріями: фінансовий стан, спеціалізація, репутація на ринку, охоплення ринку, наявність складських приміщень, менеджмент (організаційна структура, кваліфікація персоналу) тощо. Побудова оптимальної структури каналу для МСП обмежується, як правило, двома-трьома варіантами: прямий експорт чи одно-дворівневий канал (рис.).

Вибір оптимальної структури каналу розподілу можна здійснити, користуючись такими методами.

Метод Ламберта. У ньому використовуються найважливіші фінансові чинники, що формують структуру каналу розподілу. Згідно з цим методом вибір структури каналу включає порівняння приросту капіталу в усіх альтернативних структурах каналу, а також його порівняння з альтернативними витратами і доходами у разі інвестування цих коштів у виробничі операції. Якщо підприємство, інвестуючи капітал у канал розподілу, зароблятиме більше, ніж за його інвестування у виробництво, то можна стверджувати, що більш вигідною буде передача відповідних функцій посередникам.

Науково-управлінський метод. Використовує операційні дослідження, математичне моделювання і теорію управлінських рішень, що дає змогу підрахувати вартість виконання завдань розподілу на його окремих етапах для альтернативних каналів і вибрати оптимальний з погляду його найменшої вартості і максимального прибутку.

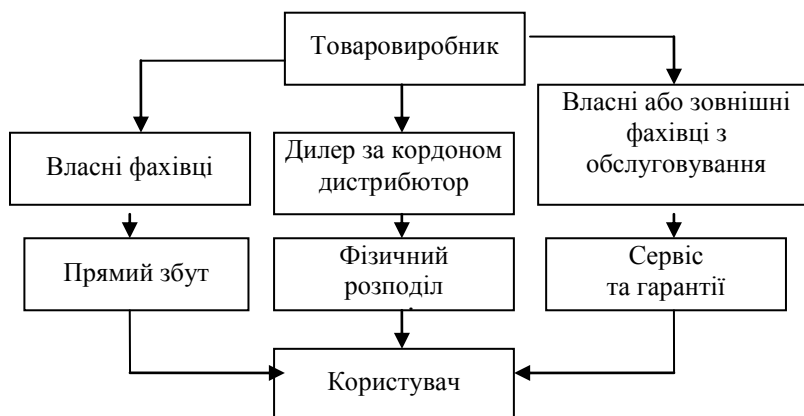


Рис. – Комбіновані канали розподілу МСП, що реалізує промислові товари тривалого використання

Змішаний метод. Вибір структури каналу розподілу базується на експертних оцінках керівництва та фахівців з використанням правил евристики. Він має три різновиди:

– метод прямих суджень – різні альтернативні структури каналів розподілу оцінюють за чинниками, що їх вважають найважливішими (зміна цін, рівень прибутковості тощо); вибирають той канал, який здобуде найбільшу кількість голосів «за»;

– оцінний підхід – різні альтернативні структури каналів розподілу розглядаються з використанням кількісної оцінки впливу найважливіших чинників (прибутковість, досвід на ринку, ефективні підходи до споживачів тощо); той канал, який набере більшу суму балів, визнають ефективнішим.

Вартісний підхід. Враховуючи заробітну плату власного персоналу, задіяного в операціях постачання і збуту, інші витрати (транспортування, страхування, митні операції) і зіставивши отриману суму з витратами, які можуть мати місце у разі

використання незалежних посередників, можна дійти висновку, який канал дешевший.

Безумовно, що використання таких (чи інших) методів вибору оптимальної структури каналу розподілу не може забезпечити високу точність. Але, поєднуючи їх з експертними оцінками фахівців, можна отримати цілком достовірні і прийнятні результати розрахунків.

Останнім часом у процесах формування каналів розподілу МСП з'явилися нові тенденції, які пов'язані, в першу чергу, з розвитком інформаційних технологій. Завдяки розвитку прямого маркетингу товаровиробники мають можливість встановити зв'язок із дуже далекими споживачами, навіть із тими, яким потрібні невеликі партії продукції. Витрати на це становлять сьогодні лише незначну частину вартості прямих поставок. У цілому, різниця між можливостями прямих поставок товаровиробниками і використання посередників у каналах розподілу поступово зникає.

Історично склалося так, що канали розподілу формувалися у вигляді довільної сукупності незалежних компаній та фірм, кожна з яких мало переймалася проблемами ефективності роботи всього каналу в цілому. Такі традиційні канали розподілу мають слабкий менеджмент та низьку продуктивність, а конфлікти, які виникають в таких каналах, справляють на них руйнівний вплив. Однак протягом останніх років поряд з традиційними каналами розподілу розвиваються і нові форми внутрішніх структур каналу серед яких значне місце займає маркетинг взаємовідносин між партнерами. Для інтеграції МСП в міжнародний бізнес необхідно впроваджувати програми управління взаєминами із клієнтами (Client Resource Management – CRM).

Висновки. На підставі результатів дослідження встановлено, що для МСП, виробників промислових товарів, найбільш ефективними є однорівневі та дворівневі канали розподілу і збуту, де використовують маркетинг взаємовідносин між контрагентами ЗЕД. Таке поєднання дозволяє знизити збутові витрати каналу та мінімізувати кількість членів кожного каналу, що у свою чергу знизить вірогідність виникнення конфліктів всередині каналу і зменшить вартість продукції для кінцевого споживача. З точки зору теорії все виглядає логічно.

В Україні більшість вендорів хочуть, будуть працювати і вже працюють з великим цивілізованим роздрібом напряду. Але всі заходи з підтримки каналу малим та середнім підприємствам реалізувати важко. Хтось має забезпечувати інфраструктуру. Бажано – розумну, адаптивну. Тому виробникові потрібен VAD-дистриб'ютор (value-added distributor). Той, хто дійсно здатний створити реальну і необхідну додану вартість.

Надійшла до редколегії 18.07.2013

УДК 681.83

Вдосконалення міжнародних каналів розподілу і збуту промислової продукції на МСП / Долінська Р. Г., Завгородній Б. Г. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 45–49.

Освещены особенности формирования международных каналов распределения и сбыта промышленной продукции длительного использования, производимой малыми и средними предприятиями. Определены направления совершенствования международных каналов распределения и сбыта продукции длительного использования для малых и средних предприятий.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, международные каналы распределения и сбыта промышленных товаров, методы определения структуры канала распределения и сбыта.

Features of the formation of international distribution channels and marketing of industrial products durables produced by SMEs. Directions improve international distribution channels and marketing durable for small and medium enterprises.

Keywords: small and medium-sized enterprises, international distribution channels and marketing of industrial products, methods of determining the structure of the distribution channel and sales.

УДК 657.1

Н. Ю. ЄРШОВА, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ»;

Д. Ю. КОХНА, магістрант, НТУ «ХПІ».

ОБЛІКОВА СИСТЕМА В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

В статті розглядається методичний підхід до організації облікової системи підприємства. Висвітлені особливості організації облікового процесу обумовлені різноманітністю зв'язків, способів організації, розгалуженістю економічних відносин і цілей управління. Сформований набір функціональних модулів сучасної облікової система підприємства.

Ключові слова: облікова система, організація обліку, інформаційні технології, ефективність облікової системи, трансляційні можливості облікової системи.

Вступ. Облікова система сучасного економічного суб'єкта повинна відповідати сучасним реаліям в економіці в умовах ризику та невизначеності, глобалізації, зростанню значення інформаційних технологій; особливостям організації облікового процесу; зростаючим вимогам до економічної інформації з боку зростаючого числа її користувачів. Особливості організації облікового процесу обумовлені різноманітністю зв'язків, способів організації, розгалуженістю економічних відносин і цілей управління. Організація бухгалтерського обліку підприємств вимагає високого ступеня адаптивності до зовнішніх умов господарювання.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Інтеграційні процеси в облікових системах господарюючих суб'єктів піддавалися розгляду в контексті можливостей інформаційних технологій в працях Л.І. Абалкіна, О.М. Брадула, Ф.Ф. Бутинця, Б.І. Валусева, С.Ф. Голова, А.Г. Грязнової, Л.М. Кіндрацької,

Г.Г. Кірейцева, А.М. Кузьмінського, Є.В. Лапіна, Н.М. Малюги, Є.В. Мниха, Л.В. Нападовської, О.А. Петрик, О.М. Петрука, І.І. Пилипенка, О.І. Пилипенка.

Питання організації бухгалтерського обліку досліджувались у працях Б.І. Валуєва, В. П. Завгороднього, А.М. Кашаєва, А. М. Кузьмінського, Ю. Я. Литвина, К. Л. Нарібаєва, Я. В. Соколова, В. В. Сопко, В. Ф. Палія, О. Д. Шмігеля та набули подальшого розвитку в сучасних умовах – у працях М. І. Бондаря, Ф.Ф. Бутинця, А. М. Герасимовича, С. Ф. Голова, В.В. Євдокимова, В. М. Жука, С.В. Івахненкова, Л.М. Кіндрацької, Г. Г. Кірейцева, В. В. Ковальова, М. Д. Корінько, М. В. Кужельного, Л. Г. Ловінської, Н. М. Малюги, Л. В. Нападовської, В. П. Пантелєєва, О. М. Петрука, І. І. Пилипенко, М. С. Пушкаря, О. Ю. Редько, С. В. Свірко, Ю. С. Цал-Цалко, Л.В. Чижевської, В. Г. Швеця, В. О. Шевчука та інших науковців.

У науковій літературі домінують погляди на організацію бухгалтерського обліку як на менеджмент бухгалтерської структури для забезпечення облікових процедур (розробка робочих планів рахунків, графіка документообігу, посадових інструкцій облікового персоналу, положень про преміювання бухгалтерів та інших внутрішніх регламентів).

Мета досліджень, постановка проблеми. Метою даної статті є дослідження методичних підходів до організації обліку в контексті управління сучасним підприємством

Матеріали досліджень. Наукова література з питань організації обліку, інтеграційних процесів в облікових системах економічних суб'єктів. Методичні підходи до визначення методу бухгалтерського обліку в теорії бухгалтерського обліку.

Результати дослідження. З позиції системного підходу облік являє собою процесну інформаційну систему, що складається з безлічі складових елементів, які також є системами, але вже нижчого рангу. Розвиток будь-якої системи пов'язане з її ускладненням, тобто із зростанням її внутрішнього різноманіття.

З нашого погляду, облікова система – базова (найбільш загальна) категорія, що представляє собою процесну інформаційну систему, на вході в яку знаходиться вихідна інформація, а на виході – результатна інформація для певних користувачів. Облік покликаний відображати та контролювати різнохарактерні економічні процеси, явища, засоби. При цьому облікові дані повинні задовільняти конкретні цілі різних користувачів.

Облікова система підприємства регулює і визначає послідовність виконання облікового процесу за допомогою відповідних процедур, видів економічної діяльності та цілей подальшого узагальнення або деталізації

економічної інформації за рівнями управління шляхом перетворення економічної інформації.

Сучасна облікова система підприємства повинна включати набір функціональних модулів – видів бухгалтерського обліку, що працюють в рамках цілісного комплексу кадрового, технічного, інформаційного, організаційного забезпечення.

Ефективність облікової системи характеризують її трансляційні можливості, а саме: пропускна здатність (повнота і швидкість відображення і передачі облікових даних) і інформаційна провідність (точність видачі, мінімальність спотворень при зборі, передачі, зберіганні та відтворенні економічної інформації):

$$F = f\{x(i,j), y(t,k)\}, \quad (1)$$

де F – функція залежності ефективності облікової системи від параметрів;

x – трансляційні можливості облікової системи підприємства, які залежать від повноти і швидкості відображення (i) і передачі облікових даних (j);

y – інформаційна провідність, яка залежить від точності видачі (t), мінімальності спотворень при зборі, передачі, зберіганні та відтворенні економічної інформації (k).

На різних етапах розвитку економіки змінювалися підходи до формування економічної інформації, що генерується в рамках облікових систем господарюючих суб'єктів, вимоги до складу і формат її подання. Істотні відмінності в запитах користувачів призводять до дезінтеграції результатної інформації, що істотно збільшує витрати на організацію бухгалтерського обліку та формування звітності. Конвергенція інформаційних ресурсів різних видів бухгалтерського обліку в рамках функціонування єдиної облікової системи групи, в якій процедури збору і обробки інформації засновані на використанні єдиної бази даних, що передбачає регулювання інформаційних потоків і застосування процедур перетворення інформації.

З позиції еволюційного підходу до розвитку облікових систем, найбільш важливою ознакою їх структурного різноманіття став спосіб облікової реєстрації. Униграфічний спосіб реєстрації фактів господарського життя відповідав простому обліку, а диграфічний і поліграфічний способи облікової реєстрації сприяли формуванню складних багатофункціональних країн облікових систем.

В теорії бухгалтерського обліку загально визначеними є адитивний і процедурний підходи до визначення методу бухгалтерського обліку. Використання переважно адитивних елементів методу бухгалтерського обліку, єдиної облікової системою групи (рахунки, подвійний запис, документація,

інвентаризація, калькуляція, оцінка, баланс, звітність), методологічний консерватизм не дозволяють достовірно відображати, в тому числі перетворення організаційно-правової форми організацій, горизонтальні та конгломератні реорганізаційні процедури, вертикальні злиття і поглинання, кризову реструктуризацію, дивестирование, внутрихолдингові розрахунки та інше. При процедурному підході загальні методи пізнання визнаються обліковими процедурами (реєстрація, систематизація, координація, оцінка та ін). Метод бухгалтерського обліку – це система специфічних процедур, логічних і технічних прийомів інформаційного моделювання стану і динаміки предмета обліку. Елемент методу може бути представлений і як процедура (наприклад, спостереження), і як логічний прийом (інформаційне втілення економічного факту), і як технічний прийом (документування). Кожна процедура і прийом володіють набором своїх методів, залежать від цілепокладання. Наприклад, консолідованого обліку притаманна облікова процедура – процес консолідації, цей процес має своїми методами консолідації з урахуванням частки володіння і статусу сконсолідованої групи.

Необхідно врахувати фактор різнобічності та складності поняття економічної інформації, що транлюється обліковою системою підприємства, її еkleктичність. На синтаксичному рівні визнається необхідність формування економічної інформації з дотриманням певних правил і принципів бухгалтерського синтаксису. Метою на всіх етапах перетворення економічної інформації на семантичному рівні виступає забезпечення користувачів показниками, мається на увазі значення яких він в змозі зрозуміти. Мета на прагматичному рівні полягає у досягненні корисності результатної інформації для користувачів. Аналіз їх цільових запитів, а також рівнів конфіденційності та різних можливостей сприйняття, дозволив класифікувати групи користувачів за рівнем доступу до проміжних форм економічної інформації (табл.).

В умовах розвиненої економіки роль єдиної облікової системи полягає у максимальному наближенні вихідної інформації до реального фінансового положення господарюючого суб'єкта, при цьому важливий не тільки факт достовірного і об'єктивного надання економічної інформації користувачам, але і з якою результативністю вона ними споживається.

Тип облікової системи – це ознака, що характеризує облікову систему по способу реєстрації фактів господарського життя.

Таблиця – Класифікація облікових систем

Рівні систематизації	Ознака систематизації	Характеристика ознаки систематизації
Типи	Спосіб облікової реєстрації	Униграфічний Диграфічний Поліграфічний
Класи	Періодичність спостереження та реєстрації фактів господарського життя	Суцільне спостереження та безперервна реєстрація. Вибіркове спостереження і періодична реєстрація
Підкласи	Специфіка об'єктів обліку і методології	Сектор економіки Види економічної діяльності
Види	Цілепокладання користувачів облікової інформації	Власники керуючі
		Контрагенти
		Податкові органи
		Держава, соціально-відповідальний бізнес
		Государство, социально-ответственный бизнес
		Мережеві компанії
		Інвестори, кредитори, власники
Інші користувачі		

Клас облікової системи – це ознака, що характеризує облікову систему по періодичності реєстрації облікових подій. Суцільна та безперервна реєстрація властива системам бухгалтерського обліку, а вибіркова, періодична запис – систем статистичного і оперативно-технічного обліку. В рамках класів виділяються підкласи, родини та види облікових систем, які досліджені в дисертації тільки в класі систем бухгалтерського обліку. Підклас облікової системи – це ознака, що характеризує облікову систему за рівнем будови глобальної економіки. Теоретично можливо виділити облікові системи від мега до нанорівня. Наприклад, «національна система бухгалтерського обліку – це система макрорівня – сукупність національних стандартів; традиційних прийомів, способів документування, реєстрації і оцінки; угруповань, класифікацій, що застосовуються в окремо взятій країні для формування результатної облікової інформації, складання бухгалтерської звітності про діяльність господарюючих суб'єктів.

Облікова система комерційної організації – облікова система мікрорівня, застосовна до певного господарюючого суб'єкта.

Еволюційний процес розвитку облікових систем характеризується горизонтальним обміном економічною інформацією між видами бухгалтерського обліку та встановленням за рахунок процесу (інтеграції нових взаємозв'язків між ними. Надмірна диференціація призводить до організаторських позицій до зростання дублюючої надмірної інформації, а з методологічної точки зору, до розсіювання інтегральних властивостей досліджуваних об'єктів бухгалтерського обліку.

Розширення бізнесу за допомогою інтегрування з іншими суб'єктами господарювання, тягне за собою необхідність формування комплексу узагальненої, деталізованою і релевантною інформації, що розкриває підсумки діяльності групи, при оптимізації строків її подання для зацікавлених користувачів з застосуванням новітніх програмних продуктів обліку. Організація єдиної системи інтегрованої обробки економічної інформації повинна відповідати цілям основних видів бухгалтерського обліку, як в материнській компанії, так у територіально віддалених підрозділах.

Види бухгалтерського обліку взаємно використовують нижченаведені елементи методу, конкретизуючи їх у відповідності зі своєю специфікою.

При організації облікового процесу слід керуватися принципом раціональності, носить не методологічний, а організаційний характер. Обсяг витрат на організацію та ведення бухгалтерського обліку не повинен перевищувати економічних вигод від функціонування єдиної облікової системи групи. З позиції організації облікового процесу, для малих підприємств ключовим елементом облікової системи є кадровий склад фінансово-економічної служби; для середнього бізнесу – технологічне забезпечення; для великих корпорацій – інституційне забезпечення.

Суб'єкт господарювання самостійно вибудовує індивідуальну схему облікової системи, беручи за основу такі базові категорії як ступінь домінування видів обліку, встановлення точок дотику і виявлення відмінностей між ними, використовувани технології управління, кадровий склад, програмне забезпечення та інш.

В цілях створення надійної основи для процесу прийняття управлінських рішень та сприяння саморегулювання облікової системи підприємства можна запропонувати наступні критерії розвитку:

- ступінь інтеграції і диференціації облікової множини в рамках єдиного інформаційного простору (методичне, інформаційне, процедурне, технологічне і організаційне єдність);
- пропускна здатність та інформаційна провідність (обсяг, якість, швидкість передачі економічної інформації, рівень невизначеності, доступність інформації та інформованість суспільства, питома вага спотворень тощо);
- якість інтегрованої облікової системи (ступінь її відповідності заданим умовам функціонування, характеристики облікової інформації, ступінь задоволення потреб користувачів).

Досягнення синергетичних ефектів облікової системи підприємства забезпечується за рахунок підпорядкування всіх її елементів зі своїми зв'язками і взаємодіями, впливу кількісних, якісних і структурних змін: диференціація видів бухгалтерського обліку і звітності у результаті клієнтоорієнтації, що дозволяє

відображати та контролювати різнохарактерні економічні процеси; залучення методів та інструментів з боку суміжних галузей знань – інформаційних технологій, методів управління проектами, персоналом, якістю та ін.

Висновок. Основною метою системи управління оборотними коштами є підвищення ефективності їх використання та прискорення оборотності. На основі ретельного аналізу ефективності оборотних активів повинна будуватися фінансова політика управління оборотним капіталом підприємства, реалізація, якої повинна забезпечити компроміс між ризиком втрати ліквідності і ефективністю господарської діяльності. Факторний аналіз оборотності дає можливість визначити, за рахунок яких елементів оборотних активів досліджуване підприємство може підвищити ефективність їх використання.

У нинішній час в процесі аналізу показників ефективності використання оборотних активів підприємства важливим є визначення, за рахунок яких факторів сформувався той чи інший показник. Закономірним є наявність різноманітних шляхів прискорення оборотності оборотних засобів, які залежать від рівня організації виробництва на підприємстві. Вважаємо за доцільне шукати такі шляхи на кожній із стадій кругообігу оборотних активів.

Список літератури: 1. *Валуев Б.И.* Классификация процессов в формировании концепции учета инновационной деятельности и ее политики / Б.И. Валуев, О.В. Кантаева // Бухгалтерський облік, аналіз і контроль в системі корпоративного управління: розвиток інтелектуальних і технічних можливостей. – Житомир-Краматорськ: ПП “Рута”, 2009. – С. 189-199. 2. *Белоусов М.О.* Бухгалтерський облік і контроль руху статутного капіталу: дис... на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук.; за спеціальністю 08.00.09 “бухгалтерський облік, аналіз та аудит” (за видами економічної діяльності) / М.О. Белоусов. – Житомир, 2011. 3. *Галузіна С.М.* Аспекты повышения роли учетно-аналитической информации в системе управления организацией: [монографія] / С.М. Галузіна. – СПб.: Знание, 2006. – 392 с. 4. *Євдокимов В.В.* Концепція інтегрованої системи бухгалтерського обліку: теорія, методологія, організація: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук: спец. 08.00.09 – “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)” / В.В. Євдокимов – Ж., 2011. – 37 с. 5. *Малюга Н.М.* Бухгалтерський облік в Україні: теорія й методологія, перспективи розвитку: [монографія] / Н.М. Малюга. – Житомир: ЖДТУ, 2005. – 548 с.

Надійшла до редколегії 18.10.2013

УДК 657.1

Облікова система в контексті управління сучасним підприємством / Єршова Н. Ю., Кохна Д. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 49–55. Библиогр.: 5 назв.

В статье рассматривается методический подход к организации учетной системы предприятия. Освещены особенности организации учетного процесса, которые обусловлены разнообразием связей, способов организации, разветвленностью экономических отношений и целей управления. Сформирован набор функциональных модулей современной учетной системы предприятия.

Ключевые слова: учетная система, организация учета, информационные технологии, эффективность учетной системы, трансляционные возможности учетной системы.

In the article the methodical approach to the organization of the accounting system of the enterprise is examined. Features of the organization of the accounting process, which are due to the diversity of relations, methods of organization, разветвленностью economic relations and management objectives covered. Set of functional modules modern accounting system of the enterprise is formed.

Keywords: accounting system, organization of accounting, information technology, the efficiency of the accounting system, transmission capabilities of the accounting system.

УДК 338.2:338.984:519.86

Н. М. ЗАЙЦЕВА, канд. экон. наук, ДонГТУ, Алчевск;

Р. В. ВЕРБА, канд. экон. наук, ДонГТУ, Алчевск.

БУФЕРНЫЙ МЕХАНИЗМ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрен подход к управлению ресурсами предприятия, основанный на использовании ресурсных буферов с нечеткими границами. Предложен способ определения степени выполнения плана расходования ресурсов, нечеткий классификатор зон буфера, его математическая, графическая и экономическая интерпретация. Сформулированы способы пополнения ресурсных буферов и математическая модель определения резервов ресурсов.

Ключевые слова: ресурсы, проектный подход, ресурсный буфер, нечеткий классификатор, монитор Мордоха.

Введение. В процессе своей деятельности любое предприятие использует ресурсы: время, материальные, трудовые, финансовые, информационные и пр. В значительной степени результат хозяйственной деятельности предприятия зависит от степени оптимизации использования ресурсов, а также от качества и эффективности процессов оперативного управления расходованием ресурсов. В условиях все возрастающей динамики внутренних и внешних факторов, влияющих на работу предприятия, и возрастающей стоимостью последствий неверных или несвоевременных управленческих решений актуальной остается задача разработки механизма оперативного управления ресурсами, позволяющего максимально быстро диагностировать и устранять отклонения, тем самым увеличивая финансовый результат деятельности предприятия.

Анализ последних исследований и литературы. Анализ исследований в обозначенной предметной области показал, что предлагаемые подходы [1] основываются на унифицированном цикле снабжения-производства-сбыта продукции без учета отличий, вызываемых различными рыночными условиями в разные моменты времени. Также недостаточно уделено внимание учета факторов неопределенности в процессе работы предприятия и расходования ресурсов. Работы западных авторов написаны применительно к условиям стабильной рыночной экономики и не учитывают проблемы адаптации производственных систем в переходных условиях. Целям устранения указанных проблем может служить проектный подход, так как проектные методы управления изначально предназначены для условий неопределенности как в процессе планирования, так и в процессе реализации.

Цель исследования, постановка проблемы. Целью исследования является формирование механизма оперативного управления ресурсами предприятия на основе использования ресурсных буферов с нечеткими границами.

Материалы исследования. Целью оперативного управления является обеспечение строгого выполнения заданного плана выпуска продукции по количеству и номенклатуре и в установленные сроки на основе рационального (оптимального) использования производственных ресурсов, а также путем выявления и мобилизации внутривыпускных резервов.

При регулировании хода производства необходимо, во-первых, свести к минимуму отклонения от плана, во-вторых, через некоторое время восстановить функционирование производства по плану, ликвидировав последствия сбоя.

В работе [2] представлена идея проектного подхода к управлению ресурсами предприятия, основанного на интерпретации каждого дискретного заказа на продукцию предприятия в качестве проекта, а портфеля заказов – в качестве портфеля проектов. Это позволяет применять методы проектного менеджмента для управления ресурсами, используемые в процессе выполнения заказа. В частности, обосновано применение метода критической цепи. Основным инструментом оперативного управления в этом методе является метод буферов, который используется для текущего мониторинга и корректировки затрат ресурсов. В качестве ресурсов могут выступать как материальные, финансовые, так и, например, время.

В статье будет рассмотрено время как один из наиболее критичных ресурсов, восполнение которого сопряжено со значительными трудностями. Однако все представленные положения справедливы для материальных, финансовых и других видов ресурсов.

Метод критической цепи предполагает наличие трех видов буферов: проектный буфер в конце проекта, питающий буфер в конце каждого питающего пути критической цепи, ресурсный буфер – время, за которое ресурс предупреждается о задании для немедленного выполнения.

Для слежения за состоянием буфера необходимо регулярно получать информацию о том, какие работы выполняются в текущий момент, и сколько времени потребуется для их завершения. Для этого используется «монитор Мордоха» [3] – график, по оси абсцисс которого отложен процент выполнения критической цепи работ, а по оси ординат – процент использования буфера (рис. 1).

Область графика разделена на три зоны – зеленую (внизу), желтую (посередине) и красную (вверху). Если работы критического пути находятся в зеленой зоне буфера, то нет причин вмешиваться, в желтой зоне – нужно определить причину и разработать план пополнения буфера, в красной зоне – необходимо осуществить план пополнения, вмешавшись в ход выполнения задач. Идея состоит в том, что пересечение границы между желтой и красной зонами должно служить сигналом к пополнению буфера, величина которого стала

недостаточной для оставшихся работ заказа. Для этого по мере выполнения проекта необходимо постоянно рассчитывать текущие размеры буфера.



Рис. 1 – Монитор Мордоха

Границы зон устанавливаются индивидуально для каждого предприятия в зависимости условий производства, производимой продукции и особенностей технологического процесса. Однако такое четкое разделение зон не имеет практического обоснования, так как переход между зонами происходит плавно и постепенно. Кроме того, существуют определенные сложности с определением четких границ зон на конкретном предприятии. Разрешить данную проблему возможно с применением теории нечетких множеств, которая позволяет четко провести ассоциацию качественных и количественных показателей выполнения проекта.

Для этого вводим лингвистическую переменную Z «Зона расходования буфера» с таким терм-множеством значений: Z_1 – «зеленая»; Z_2 – «желтая»; Z_3 – «красная». Определим в качестве носителя этой лингвистической переменной отрезок вещественной оси $[0, 1]$. Значение 0 соответствует уровню расходования буфера 0%, а значение 1 – уровню 100%. Для описания подмножества введем систему из трех соответствующих функций принадлежности трапециевидного типа. Построим классификатор текущего значения уровня расходования буфера как критерий разбиения этого множества на нечеткие подмножества. Узловыми точками в данном классификаторе являются числа $z_j = \{0,1; 0,5; 0,9\}$.

$$\mu_1(x) = \begin{cases} 1, & 0 \leq x < 0,2, \\ 5(0,4 - x), & 0,2 \leq x < 0,4, \\ 0, & 0,4 \leq x \leq 1; \end{cases} \quad \mu_2(x) = \begin{cases} 0, & 0 \leq x < 0,2, \\ 5(x - 0,2), & 0,2 \leq x < 0,4, \\ 1, & 0,4 \leq x < 0,6, \\ 5(0,8 - x), & 0,6 \leq x < 0,8, \\ 0, & 0,8 \leq x \leq 1; \end{cases}$$

$$\mu_3(x) = \begin{cases} 0, & 0 \leq x < 0,6, \\ 5(x - 0,6), & 0,6 \leq x < 0,8, \\ 1, & 0,8 \leq x \leq 1. \end{cases}$$

Если на ось абсцисс монитора Мордоха спроецировать критическую цепь (рис. 2), то появляется возможность определить источник задержки выполнения заказа. На основе данных о том, какая работа вызвала значительное использование буфера, и характеристик работ, можно определить причину задержки выполнения заказа и выработать управляющие воздействия по пополнению буферов.

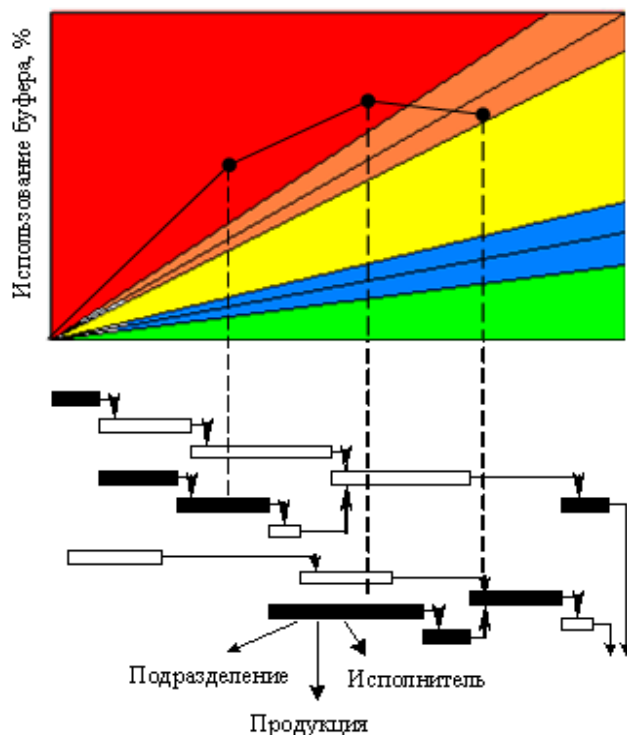


Рис. 2 – Проецирование критической цепи на монитор Мордоха

Состояние всех заказов отслеживается на основе тревожной диаграммы портфеля заказов (рис. 3).

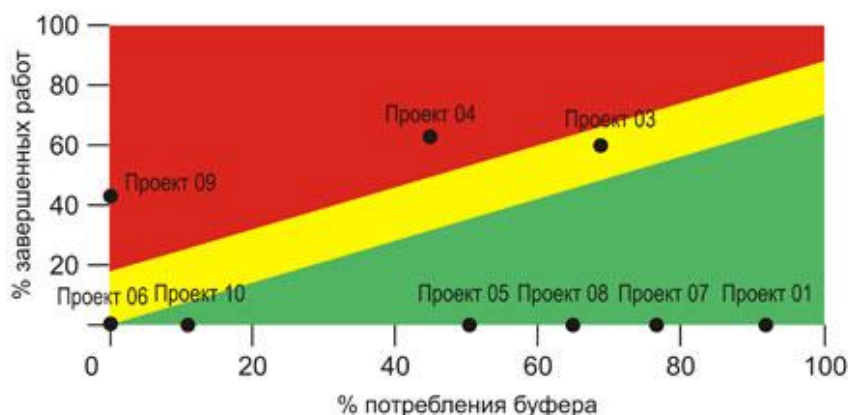


Рис. 3 – Тревожная диаграмма портфеля проектов

В случае, когда расход буфера перешел границу красной зоны, необходимо направить усилия исполнителей на те операции цепи, на которые тратятся

запасы времени из буфера, из-за чего размер буфера сокращается и попадает в красную зону. В данной ситуации необходимо начать реализацию плана пополнения буфера. В зависимости от того, какие требуются изменения, может потребоваться пересмотреть план в рамках процедуры управления изменениями. Если плана пополнения нет, то необходимо вносить в проект изменения. Например, пересмотреть дальнейшие работы и пересчитать размеры необходимых буферов. Когда буфер растрочен более чем на 100%, а возможности пополнить его нет, он перестает быть инструментом контроля.

Результаты исследования. Ресурсные буферы являются надежным средством информирования о состоянии выполнения заказа. Если выполнены работы, составляющие половину критической цепи, и при этом использовано 80% буфера, существует высокий риск задержки заказа. Если выбрано 50% буфера, план соблюдается. Если при прохождении половины критической цепи потреблено лишь 20% буфера, то имеет место опережение графика выполнения. Проектный буфер используется не только для гибкого управления отклонениями в сроках работ (путем сглаживания задержек работ), но и для ускорения выполнения заказа путем компенсации задержек выполнения одних задач за счет более быстрого выполнения других задач критической цепи.

Применение нечеткого классификатора зон буфера позволяет определять степень принадлежности зафиксированного уровня расходования буфера одной или двум зонам. Например, если расходование буфера составляет 27%, то:

$$\begin{aligned}\mu_1 &= 5 \times (0,4 - 0,27) = 0,65; \\ \mu_2 &= 1 - 0,65 = 0,35.\end{aligned}$$

Следовательно, исследуемый показатель на 65% принадлежит зоне Z_1 , а на 35% – зоне Z_2 , то есть при дальнейшем расходовании буфера он довольно скоро попадет в зону Z_2 (желтую зону).

Буфер можно пополнить за счет увеличения интенсивности работ:

$$\begin{aligned}\Delta B_1 &= \sum_p \sum_u \omega_u \cdot \Delta \omega_{ur} \cdot N_r + \sum_s \sum_u \omega_u \cdot \Delta \omega_{us} \cdot \Delta Q_s + \\ &+ \sum_k \sum_u \omega_u \cdot \Delta \omega_{uk} \cdot Z_k + \sum_u \sum_d (\omega_{ud}^1 - \omega_u),\end{aligned}\tag{1}$$

где ω_u – текущая длительность u -й работы; $\Delta \omega_{ur}$ – изменение длительности u -й работы за счет привлечения одной дополнительной единицы r -го ресурса; N_r – дополнительно привлекаемое количество r -го ресурса; $\Delta \omega_{us}$ – изменение длительности u -й работы за счет улучшения качества s -го вида сырья на 1 ед.; ΔQ_s – степень изменения качества s -го вида сырья; $\Delta \omega_{uk}$ – изменение длительности u -й работы за счет изменения k -го параметра производственного

процесса на 1 ед.; Z_k – степень изменения k -го параметра производственного процесса; ω_{ud}^1 – длительность u -й работы после d -го мероприятия по совершенствованию производственного процесса.

Резерв пополнения буфера за счет уменьшения объема работ:

$$\Delta B_2 = \sum_u^U \omega_u^1 \cdot (Q_u^0 - Q_u^{\downarrow z} - Q_u^{\downarrow p} - Q_u^b) \quad (2)$$

где ω_u^1 – длительность u -й работы для изготовления единицы продукции;

Q_u^0 – текущее количество продукции для u -й работы;

$Q_u^{\downarrow z}$ – количество продукции u -й работы после уменьшения заказа;

$Q_u^{\downarrow p}$ – количество продукции u -й работы после разделения проекта на части;

Q_u^b – количество продукции u -й работы, закупленное на стороне.

Резерв увеличения буфера за счет увеличения срока проекта:

$$\Delta B_3 = D_p^1 - D_p^0, \quad (3)$$

где D_p^0 – текущая длительность проекта;

D_p^1 – длительность проекта по установлению более поздних сроков;

Увеличить срок выполнения проекта можно, согласовав с потребителем возможности перенесения поставки продукции на более поздний срок.

Выводы. Применение проектного подхода к управлению ресурсами промышленного предприятия и метода буферов для оперативного управления позволяет учитывать динамику изменения как внутрипроизводственных факторов, так и рыночных условий функционирования предприятия. В результате применения предложенного механизма оперативного управления ресурсами с применением ресурсных буферов с нечеткими границами обеспечивается минимизация рисков финансовых потерь вследствие несвоевременного выполнения заказов или выполнение с несоблюдением первоначальных стоимостных или качественных параметров. При этом достигается как финансовый эффект, так и эффект улучшения деловой репутации фирмы.

Список литературы: 1. Берсуцкий А.Я. Оптимизационные модели ресурсных возможностей предприятия. Технический прогресс и эффективность производства // Вестник Харьковского государственного политехнического университета: Сб. науч. тр. Вып. 122. – Харьков: ХГПУ, 2000. – С. 16-19. 2. Зайцева Н.М. Проектный подход к моделированию динамического портфеля заказов на продукцию предприятия / И.С. Зайцев, Н.М. Зайцева // Научный информационный журнал «Бизнес Информ». – № 2(2), 2009. – С. 51-55. 3. Лич Л. Вовремя и в рамках бюджета: Управление проектами по методу критической цепи / Л. Лич [Пер. с англ.]. – М.: Альпина Паблишерс, 2010. – 354 с.

Надійшла до редколегії 24.10.2013

УДК 338.2:338.984:519.86

Буферний механізм оперативного управління ресурсами підприємства / Зайцева Н. М., Верба Р. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 56–62. Библиогр.: 3 назви.

У статті розглянуто підхід до управління ресурсами підприємства, заснований на використанні ресурсних буферів з нечіткими межами. Запропоновано спосіб визначення ступеня виконання плану витрачання ресурсів, нечіткий класифікатор зон буфера, його математична, графічна та економічна інтерпретація. Сформульовано способи поповнення ресурсних буферів і математична модель визначення резервів ресурсів.

Ключові слова: ресурси, проектний підхід, ресурсний буфер, нечіткий класифікатор, монітор Мордоха.

This article describes an approach to the management of enterprise resources based on the use of resource buffers with fuzzy boundaries. A method for determining the degree of execution of the plan of resources, buffer zones fuzzy classifier, his mathematical, graphical and economic interpretation are presented. Ways to replenish the resource buffers and a mathematical model for determining the reserves of resources are formulated.

Keywords: resources, project-based approach, the resource buffer, fuzzy classifier, Mordoh monitor.

УДК 336:339.17

О. О. ІВАНЕЦЬ, асистент, ХНТУ, Херсон

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито основні концептуальні підходи до управління потенціалом розвитку підприємства. Визначено чинники та принципи, які обумовлюють розвиток його елементів.

Ключові слова: концептуальні підходи, потенціал розвитку, потенціал підприємства.

Вступ. В сьогоденні нестабільних умовах господарювання підприємство як відкрита система функціонує у складному зовнішньому середовищі, що характеризується нестабільністю та певною динамікою змін, а саме зниженням обсягів виробництва; збитковістю більшості підприємств; глибокою структурною деформацією вітчизняного виробництва; значним зменшенням національного багатства; сировинною спрямованістю експорту; великою імпоротною залежністю вітчизняної економіки від міжнародної. Нова економічна ситуація висуває підприємству вимоги швидко адаптуватися до нових умов, урахування законів розвитку в умовах невизначеності та нестійкості економічного стану, пошуку шляхів виживання у ринковій економіці.

Таким чином, перед вітчизняними підприємствами постала необхідність вирішення низки нових завдань. Одним з них є підвищення рівня конкурентоздатності виробництва в умовах прискорення економічного зростання національної економіки, яка пов'язана в першу чергу з розробленням системи оцінки та управління потенціалом розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Суттєвий внесок у дослідження, осмислення, методичне обґрунтування і визначення сутності потенціалу підприємства зробили відомі вітчизняні та зарубіжні вчені: Абалкін Л.І., Авдеєнко В.М., Алімов О.М., Анчишкін А.І., Бачевський Б.Є., Гавва Н.В., Герасимчук З.В., Ковальська Л.Л., Краснокутська Н.С., Лапін Є.В., Олесюк О.І., Портер М., Рєпіна І.М. Савіна Г.Г., Сафонов Ю.М., Федонін О.С. та інші.

Мета досліджень. Мета статті полягає у визначенні та систематизації концептуальних підходів до управління потенціалом розвитку підприємства.

Матеріали досліджень. Необхідно зазначити, що в Україні на сьогодні не приділяється належна увага концептуальним підходам до управління потенціалом розвитку підприємства. Трансформація суспільно-економічного ладу в країні, формування ринкової інфраструктури, кризовий стан окремих підприємств, закономірно призводять до втрати потенціалу. Саме це обумовлює необхідність дослідження.

Результати досліджень. Сучасний етап розвитку економіки України та її трансформація вимагає від суб'єктів господарювання компетентних дій щодо управління їх діяльністю. Система управління потенціалом підприємства носить як поточний так і стратегічний характер. Управляючи потенціалом, ми управляємо і поточним станом підприємства. Тобто, управляючи потенціалом підприємства – означає створювати й формувати передумови, використовувати умови для успішного функціонування і розвитку підприємства. У цих умовах важливим є становлення й реалізація принципово нової системи управління підприємством – управління потенціалом, тобто пошуку, створення та використання можливостей ефективного розвитку підприємства в сучасних умовах господарювання, і у зв'язку з цим формування адекватної теоретичної бази та виявлення нових концептуальних підходів управління потенціалом розвитку підприємства.

Вивчення економічної літератури дозволило констатувати, що для сучасної наукової літератури з теорії управління характерне виділення декількох підходів до процесу управління потенціалом розвитку підприємства. Узагальнення існуючих підходів до управління потенціалом підприємства дозволило встановити, що зміст і специфіка підходів визначаються сутністю та особливостями самого управління. Виходячи з цього, нами виділено наступні концептуальні підходи до формування системи управління потенціалом підприємства.

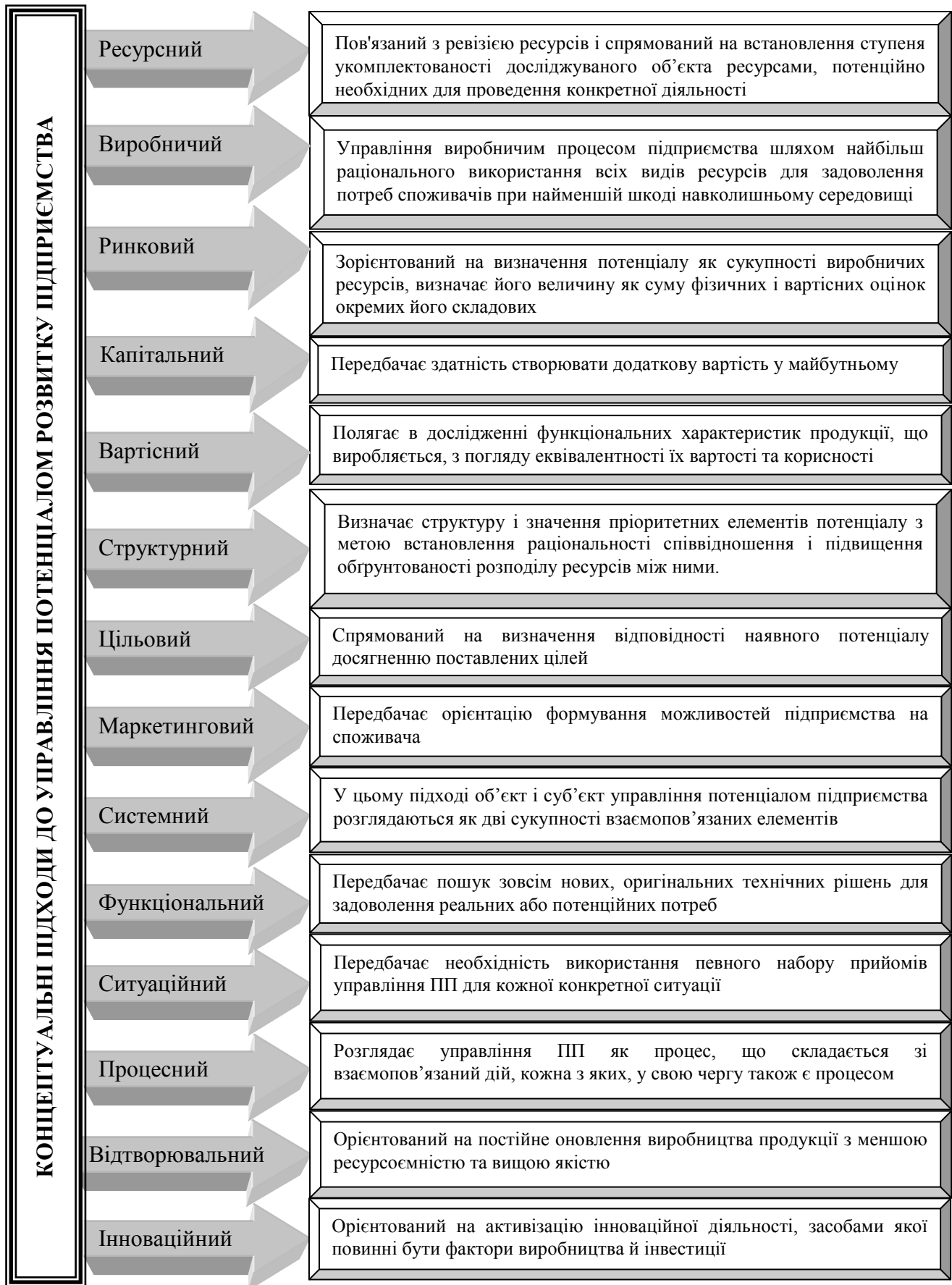


Рис. – Систематизація концептуальних підходів до управління потенціалом розвитку підприємства

Ресурсний підхід до визначення потенціалу існував тривалий час, що розділив прихильників на два табори. Перші визначали ресурсно-виробничий потенціал як сукупність ресурсів без обліку їх взаємозв'язків і участі в процесі проведення. Наприклад, Абалкін Л.І. вважав ресурсно-виробничий потенціал узагальненою характеристикою всіх ресурсів підприємства [1]. Академік НАН України Лукінов І.І. визначав ресурсно-виробничий потенціал як кількість і якість ресурсів, що є в наявності у підприємства [2].

Інші визначали ресурсний потенціал як сукупність ресурсів, здатних впровадити певну кількість матеріальних благ.

Оцінюючи ресурсний підхід, треба враховувати: матеріально-технічні ресурси з окремим дослідженням знарядь і засобів праці; трудові ресурси, енергетичні та інформаційні ресурси, фінансові (грошові) ресурси. Ресурси мають вартісну оцінку та цільову спрямованість на створення доданої та споживної вартості. Кожен з окремих видів ресурсів має свій внесок у формування кінцевих результатів діяльності підприємства.

Розглянувши вище наведений підхід, можна прийти до висновку, що жоден із дослідників не звернув уваги на досить важливі моменти, а саме:

- на відтворювальний процес ресурсів, адже формування та нарощення потенціалу потребує не тільки використання певної кількості ресурсів, але й постійного їх відтворення;
- на оптимальне співвідношення даних ресурсів, що в кінцевому результаті впливає на величину потенціалу;
- на раціональність використання ресурсів.

Підхід пов'язаний із введенням категорії «виробничий потенціал» як сукупність факторів або елементів виробництва, тобто виробничий підхід.

Виробничий потенціал є складною системою можливостей підприємства, і сукупністю його виробничих ресурсів, які дозволяють ефективно здійснювати виробничий процес. В умовах кризових ситуацій в економіці взаємозв'язки у даній системі порушуються і саме від здатності підприємств реагувати на зміни та адаптуватися до складної ситуації, залежить якісна динаміка виробничого потенціалу. Застосування заходів та рекомендацій щодо управління виробничим потенціалом дасть змогу підвищити ефективність його використання та вже в найближчій перспективі поновити пріоритети у сфері розробки, виробництва і збуту вітчизняної продукції як на внутрішньому, так і на світовому ринку.

Узагальнюючи вище наведений виробничий підхід можна дійти висновку, що він об'єднує фактори, ресурси та потужності (можливості). Отже, ефективне управління формуванням та використанням виробничого потенціалу підприємств забезпечить збільшення випуску конкурентоздатної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках, освоєння економічно ефективних

високотехнологічних виробництв і модернізацію виробничої бази, що безпосередньо впливатиме на розвиток промисловості країни загалом.

Сьогоднішні умови господарювання, для яких характерні демонополізація економіки та високий рівень конкуренції, вимагають доповнення сутності виробничого підходу з точки зору врахування рівня задоволення потреб споживачів. Адже виробляючи продукцію, керівники підприємств повинні орієнтуватися на певний сегмент ринку.

Ринковий підхід пов'язаний із введенням категорії «ринковий потенціал». Категорія «ринковий потенціал» як універсальна парадигма керування підприємством розроблена Ханжиною В. і Поповим Є. Вони визначають ринковий потенціал господарюючого суб'єкта як можливість керування його ресурсами на певних етапах їх розвитку [3].

Мета діяльності будь-якого підприємства – одержання найбільшого прибутку – може досягатися не тільки за рахунок інтенсифікації ринкової діяльності й експансії на нові ринкові ніші, але й за рахунок зміни технології, ефективного управління витратами, що може здійснюватися без відповідної зміни частки займаного ринку. Виникнення подібного підходу пов'язане з тим, що в економічній науці на пострадянському просторі на початку 1990-х рр. багато авторів розглядали питання, що ставляться до стадії реалізації як першорядні, що визначають усю діяльність підприємства. У свою чергу це пов'язано з поширенням категорії «ринкова економіка» і її протиставлення плановій економіці СРСР, при якій наукові дослідження, в основному минулі, спрямовані на стадію виробництва й ресурсозабезпечення.

Наступний, підхід – капітальний, заснований на капітальній парадигмі. Нерідко зазначений підхід ототожнюється з ресурсним. Наприклад, Катькало В.С. відносно регіональної економіки пише: «У ринковій економіці ресурсний потенціал регіону і його міжгалузевих комплексів відображає стан територіального відтворення у формі людського, технічного, природного, інституціонального, організаційного й інформаційного капіталу» [4]. Це пов'язано з трактуванням капіталу як простого набору деяких благ. У той же час, підхід, заснований на капітальній парадигмі, визначає економічний потенціал підприємства інакше – як здатність створювати додаткову вартість у майбутньому.

Концептуальний підхід, заснований на зв'язку потенціалу з вартістю підприємства, тобто вартісний підхід.

Категорія вартості підприємства (бізнесу) виникла в економічній науці й практиці у зв'язку з поширенням угод по злиттю й поглинанню підприємств з метою одержання синергетичного (у деяких виданнях – синергічного) ефекту. Синергетичний ефект при злитті-поглинанні підприємств визначається як

різниця між додатковою вартістю від здійснення (або прогноною вартістю – у випадку якщо угода тільки планується) спільної виробничо-фінансової діяльності підприємств, об'єднаних в одну компанію (наприклад, по типу холдингу), і сумарною додатковою вартістю від діяльності коленого із цих підприємств до об'єднання. Таким чином, вартість підприємства це найбільш імовірна продажна ціна підприємства, яка відображає властивості підприємства як товару, тобто його корисність і витрати для реалізації цієї корисності [5].

Структурний підхід зорієнтований на визначення раціональної структури виробничого потенціалу підприємства, визначає його величину виходячи з прогресивних норм і нормативних співвідношень, заданих найбільш досконалими технологіями, організацією виробництва загалом і окремих підсистем підприємства, що використовуються в галузі.

Аналіз та оцінка структурних характеристик виробничого потенціалу пов'язані з певними труднощами, оскільки всі його елементи функціонують одночасно, в сукупності та взаємодії. Це призводить до того, що важко встановити значення кожного типу ресурсів окремо для діяльності всього потенціалу. До структуроутворюючих елементів потенціалу можна віднести технологію та організацію.

Створення ефективної структури потенціалу зумовлює економію всіх видів ресурсів (сировини, матеріалів, енергії, фінансів, витрат живої та матеріалізованої праці), оскільки завдяки досягненню синергії між ними – елементами потенціалу – можна з меншою їх кількістю задовольнити більшу кількість потреб, виробивши більшу кількість продукції. Це можливо лише за умови підвищення якісного складу всього потенціалу та окремих його складових.

Наступний концептуальний підхід – цільовий, в науковій літературі його інколи називають проблемно-орієнтованим підходом, спрямований на визначення відповідності наявного потенціалу досягненню поставлених цілей, визначає його величину як рівень відповідності окремих складових потенціалу необхідному, дещо ідеальному уявленню про склад, структуру та механізми функціонування потенціалу для виготовлення конкурентоспроможної продукції, який знаходить відображення в нормативних «деревах цілей» («деревах проблем») з широким спектром локальних і системних оцінок окремих елементів та взаємозв'язків [6].

Наступні автори [7] у своїй роботі досліджують маркетинговий концептуальний підхід до управління потенціалом розвитку підприємства, який спрямований на гнучке й постійне реагування на зміну умов збуту за допомогою використання ситуаційного підходу в прийнятті рішень, реалізації активної

організаційної стратегії, що забезпечує управління й контроль над ринковими процесами.

Системний підхід є одним з основних у процесі управління потенціалом підприємства. При його застосуванні на основі маркетингових досліджень спочатку формуються параметри виходу – товару або послуги: що робити, з якими показниками якості, з якими витратами, для кого і у які терміни, за якою ціною? Потім визначаються параметри входу: (тобто, які потрібні ресурси і інформація для реалізації внутрішніх бізнес-процесів).

Сучасна економічна наука не обмежується перерахованими концептуальними щодо управління потенціалом.

Так, наприклад, Бакунов О.А. та Яременко М.О. [8, с. 22] при проведенні своїх досліджень виділяють наступні підходи: ситуаційний, процесний та процесно-системний підходи.

Особливу увагу науковці звертають саме на процесно-системний підхід і вважають, що саме процесно-системний підхід до управління потенціалом підприємства сприятиме досягненню головної мети, яка полягає у розробці та обґрунтуванні теоретико-методичного забезпечення ефективності використання всіх компонентів потенціалу торговельного підприємства та у розробці пріоритетних стратегічних напрямів його розвитку [8, с. 23].

Також у сучасній зарубіжній і вітчизняній літературі досить часто зустрічаються такі концептуальні як: функціональний, відтворювальний та інноваційний.

На наш погляд, з усіх вище згаданих концептуальних підходів найважливіший є ресурсний. Адже потенціал підприємства здебільшого залежать від наявності ресурсів і резервів (економічних, соціальних), не залучених у виробництво. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і ні, але підготовлених до використання. У публікаціях багатьох науковців наголос також робиться переважно на ресурсній природі економічних можливостей підприємства.

Висновки. Запропоновані концептуальні підходи до управління потенціалом розвитку підприємства розглядається не статично, а виходячи зі стратегії та в контексті можливого розвитку підприємства. Це обумовлює необхідність визначення елементів організаційно-методичного забезпечення процесу управління потенціалом, реалізація основних етапів якого спрямована на забезпечення довгострокового стійкого розвитку підприємства. Перспективами подальших досліджень є формування механізму забезпечення ресурсним потенціалом підприємств в умовах інформаційної економіки.

- Список літератури:** 1. *Абалкин Л.И.* Диалектика социалистической экономики. – М., 1981. – С. 24.
2. *Лукинов И.И.* Интенсификация социалистической экономики / И.И. Лукинов / – Т.1. – К., 1989.
3. *Попов Е.* Структура рыночного потенциала предприятия / Е. Попов, В. Ханжина // Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 6. 4. *Катькало В.С.* Место и роль ресурсной концепции в развитии теории стратегического управления / В.С. Катькало // Вестник СПбГУ. Сер. 8. – 2002. – Вып. 3. – № 4.
5. *Сычева Г.И.* Оценка стоимости предприятия (бизнеса) / Г.И. Сычева, Е.Б. Колбачев, В.А. Сычев. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 384 с. 6. Виробничий потенціал та його використання в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://info-works.com.ua/referats/econimichna_teoria/1797.html.
7. *Отенко І.П.* Механізм управління потенціалом підприємства / І.П. Отенко, Л.М. Малярець. – Х.: Вид-во ХДЕУ, 2003. – 220 с. 8. *Бакунов О.А., Яременко М.О.* Концептуальний підхід до управління потенціалом торговельного підприємства / О.А. Бакунов, М.О. Яременко // Європейський вектор економічного розвитку. – 2011. – № 2 (11). – С. 20–27.

Надійшла до редколегії 20.10.2013

УДК 336:339.17

Концептуальні підходи до управління потенціалом розвитку підприємства / Іванець О. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 62–69. Библиогр.: 8 назв.

В статье раскрыты основные концептуальные подходы к управлению потенциалом развития предприятия. Определены факторы и принципы, которые обуславливают развитие его элементов.

Ключевые слова: концептуальные подходы, потенциал развития, потенциал предприятия.

In the article basic conceptual approaches to the management potential of development of the enterprise. Factors and principles that determine the development of its elements are defined.

Keywords: conceptual approaches, development potential, the potential of enterprise.

УДК 330.47

Э. А. КАРПОВ, профессор, канд. экон. наук, Старооскольский технологический институт, Старый Оскол, Россия;

И. Н. КОСАРЕВА, ассистент, Старооскольский технологический институт;

А. Г. КОБЗЕВА, ассистент, Старооскольский технологический институт.

ОЦЕНКА ИНФОРМАЦИОННЫХ РИСКОВ ПО МЕТОДИКЕ CRAMM

В современных условиях одной из актуальных задач является оценка эффективности мероприятий по защите информации в информационных компьютерных системах. Данная работа посвящена одной из наиболее популярных и универсальных методик – cramm.

Ключевые слова: информационные риски, методика cramm.

Введение. Растет информационная инфраструктура организаций, которая по мере приобретения средств вычислительной техники, часто, разрастается «вширь», приобретая неструктурированный гетерогенный характер. Это в свою очередь приводит к неконтролируемому росту количества уязвимостей и увеличению возможностей доступа к информации со стороны внешних и внутренних нарушителей.

Появление и осознание проблем информационной безопасности приводит к необходимости измерения величины информационного риска. Оценка риска

© Э. А. Карпов, И. Н. Косарева, А. Г. Кобзева, 2013

позволяет определить необходимую степень защиты, выбрать стратегию развития информационной структуры организации и поддерживать на должном уровне безопасность организации.

В настоящее время многие организации, специализирующиеся в решении проблем информационной безопасности предлагают (часто в качестве коммерческого продукта) различные методики оценки информационных рисков. Известные методики можно классифицировать по типу используемой в них процедуры принятия решения на одноэтапные и многоэтапные. В одноэтапных методиках (электронные таблицы типа "Risk Matrix") оценка риска выполняется с помощью одноразовой решающей процедуры. В многоэтапных методиках (NIST, CRAMM) оценка риска проводится с предварительным оцениванием ключевых параметров.

Механизм оценивания рисков на основе нечеткой логики, по существу, является экспертной системой, в которой базу знаний составляют правила, отражающие логику взаимосвязи входных величин и риска. В простейшем случае это «табличная» логика, в общем случае – более сложная логика, отражающая реальные взаимосвязи, которые могут быть формализованы с помощью продукционных правил вида «ЕСЛИ, ..., ТО».

Методика. Рассмотрим механизм получения оценок риска на основе нечеткой логики по методике CRAMM с предварительным оцениванием двух входных параметров: оценки вероятности некоторого инцидента и ущерба от этого инцидента. Для измерения входных параметров используются пятиуровневые шкалы.

CRAMM – инструментальное средство, реализующее одноименную методику, которая была разработана компанией BIS Applied Systems Limited по заказу британского правительства. Метод CRAMM позволяет производить анализ рисков и решать ряд других аудиторских задач: обследование информационной системы, проведение аудита в соответствии с требованиями стандарта BS 7799, разработка политики безопасности.

Данная методика опирается на оценки качественного характера, получаемые от экспертов, но на их базе строит уже количественную оценку. Метод является универсальным и подходит и для больших, и для мелких организаций как правительственного, так и коммерческого сектора.

CRAMM предполагает разделение всей процедуры на три последовательных этапа. Задачей первого этапа является определение достаточности для защиты системы применения средств базового уровня, реализующих традиционные функции безопасности, или необходимость проведения более детального анализа. На втором этапе производится идентификация рисков и оценивается их величина. На третьем этапе решается

вопрос о выборе адекватных контрмер. Для каждого этапа определяются набор исходных данных, последовательность мероприятий, анкеты для проведения интервью, списки проверки и набор отчетных документов.

Достоинства метода CRAMM: хорошо структурированный и широко опробованный метод анализа рисков; может использоваться на всех стадиях проведения аудита безопасности информационных систем; в основе программного продукта лежит объемная база знаний по контрмерам в области информационной безопасности, гибкость и универсальность данного метода позволяют его использовать для аудита информационной системы любого уровня сложности и назначения; данный метод позволяет разрабатывать план непрерывности бизнеса.

Шкала вероятности содержит следующие уровни:

A – событие практически никогда не происходит;

B – событие случается редко;

C – вероятность события за рассматриваемый промежуток времени около 0.5 (событие вполне возможное при соответствующем стечении обстоятельств – авт.);

D – скорее всего событие произойдет (при организации атаки – авт.);

E – событие, вероятнее всего, произойдет (при организации атаки – авт.).

Шкала ущерба содержит также пять уровней:

N (Negligible) – ущерб, которым можно пренебречь;

Mi (Minor) – незначительный ущерб, последствия которого легко устранить;

Mo (Moderate) – умеренный ущерб;

S (Serious) – серьезный ущерб, ликвидация которого возможна, но связана со значительными затратами;

C (Critical) – критический ущерб, который ставит под сомнение возможность устранения его последствий.

Следуя методике CRAMM, шкалу для оценки риска зададим в виде последовательности чисел от 0 до 8, включительно (таблица 1). Зависимость риска от вероятности и ущерба приведена в таблице 2.

Таблица 1 – Шкала оценки риска

Содержание описания оценки	Числовое значение
0 – незначимый	0 - 0,111
1 – очень низкий	0,111 – 0,222
2 – низкий	0,222 – 0,333
3 – удовлетворительный	0,333 – 0,444
4 – средний	0,444 – 0,555
5 – приемлемый	0,555 – 0,666
6 – высокий	0,666 – 0,777
7 – критический	0,777 – 0,888
8 – недопустимый	0,888 – 1

Таблиця 2 – Шкала оцінки ризику по п'ятиуровневим шкалам

Вероятность	Ущерб				
	N	Mi	Mo	S	C
A	0	1	2	3	4
B	1	2	3	4	5
C	2	3	4	5	6
D	3	4	5	6	7
E	4	5	6	7	8

Выводы. На кафедре Экономике и менеджмента СТИ ННТУ «МИСиС» был проведен анализ информационной безопасности ОАО «Оскольский электрометаллургический комбинат».

Таблиця 3 – Результати оцінки ризику по кожій угрозі методом нечіткої логіки

Угроза	Величина ризику
Уп	0,483
Ут	0,411
Ух	0,403
Ук	0,513
Уж	0,185

В общем, ни по одной из угроз риск утечки информации не превышает среднего значения, что в целом благоприятно для предприятия. Однако, наибольшую угрозу для ОАО ОЭМК представляют конкуренты (0,513) и персонал (0,483). Поэтому предприятию необходимо:

- более тщательно отбирать персонал
- ужесточить политику информационной безопасности
- тщательно следить за деятельностью своих конкурентов.

Список литературы: 1. А. Балашов, Р.И. Кислов, В.П. Безгузиков Оценка рисков информационной безопасности на основе нечеткой логики // Защита информации. Конфидент. – 2003 г. – №5. – С. 56-59
2. С. Петренко, С. Симонов, Методики и технологии управления информационными рисками «IT Manager», №3/2003
3. Петренко С.А., Симонов С.В. Управление информационными рисками. Экономически оправданная безопасность. – М.: АйТи-Пресс, 2004. – 384 с.

Надійшла до редколегії 20.10.2013

УДК 330.47

Оценка информационных рисков по методике CRAMM / Карпов Э.А., Косарева И.Н., Кобзева А.Г. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 69–72. Библиогр.: 3 назви.

В сучасних умовах однією з актуальних задач є оцінка ефективності заходів по захисту інформації у інформаційних комп'ютерних системах. Дана робота присвячена одній з найбільш популярних та універсальних методик – cramm.

Ключові слова: інформаційні ризики, методика cramm.

One of the most urgent tasks in the current circumstances, is to evaluate the effectiveness of measures for the protection of information in computer information systems. This work is devoted to one of the most popular and versatile methods – cramm.

Keywords: information risk, methodology cramm.

УДК 336.6

Д. В. КОРОБКОВ, канд. экон. наук, доц., НТУ «ХПИ»,**Р. О. РЫЛЬЦЕВ**, аспирант, ХГАК, Харьков.

ХАРАКТЕРИСТИКА И СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ БИЗНЕСА

В данной работе рассмотрены существующие подходы и методы оценки стоимости компаний и проведен их анализ. При осуществлении анализа представлена общая характеристика основных подходов и методов оценки бизнеса, а также описаны их преимущества и недостатки. На основе результатов анализа автором статьи даны рекомендации к применению подходов и методов оценки бизнеса в современных экономических условиях Украины.

Ключевые слова: Оценка бизнеса, стоимость компании, финансовый анализ, оценочная стоимость, денежный поток.

Введение. В условиях нестабильной экономической обстановки в Украине одним из основных индикаторов, характеризующих конкурентоспособность и уровень развития хозяйствующего субъекта, является его стоимость. Это обусловлено тем, что в стоимость оцениваемой компании интегрированы основные экономические и финансовые показатели, отражающие как внутренние бизнес процессы, так и совокупное влияние внешних факторов. В свою очередь, оптимальный прирост стоимости компании указывает на эффективность менеджмента, потенциал компании в целом, а следовательно, и ее привлекательность для потенциальных инвесторов.

Постановка цели. По этим причинам особую актуальность приобретает понятие «оценки стоимости бизнеса», как одного из важнейших инструментов в рамках управления хозяйственными процессами компании. Это связано с тем, что зачастую полученные в ходе оценки результаты являются основой для принятия стратегических и оперативных решений как для акционеров и менеджеров оцениваемой компании, так и для различных типов инвесторов и кредиторов.

Следует также отметить, что современные экономические отношения в Украине характеризуются рядом особенностей, которые выделяют ее на фоне стран с развитыми экономическими системами. В связи с этим возникает необходимость определения наиболее приемлемых для украинских компаний подходов и методов к оценке их стоимости, а также алгоритма самого процесса оценки и факторов, влияющих на конечный результат.

Постановка задачи. Для достижения поставленной цели необходимо провести анализ основных подходов и методов к оценке бизнеса, указать их преимущества и недостатки, а также оценить возможность их применения в условиях украинской экономики.

Анализ основных достижений и литературы. Проблематика оценки стоимости компании является предметом научных исследований многих зарубежных и украинских авторов, среди которых необходимо отметить работы: Дамодарана А. [1], Эванса Ф. [2], Грегори А. [3], Колера Т. [4], Грязновой А.Г. [5], Момот Т.В. [6], Рутгайзера В.М. [7], Тришина В.Н. [8] и др.

В практике оценочной деятельности выделяют три основных подхода к оценке: доходный, затратный и сравнительный. Ниже будет представлена краткая характеристика каждого из них.

Материалы исследований. Доходный подход – наиболее распространенный подход к оценке стоимости бизнеса. Данный подход предусматривает установление стоимости путем нахождения приведенных ожидаемых в будущем денежных потоков за определённый период времени, скорректированных на величину присущего им риска и альтернативной ставки доходности. Основными методами доходного подхода являются метод капитализации и метод дисконтированных денежных потоков.

Метод капитализации доходов основан на прямом преобразовании денежного потока в стоимость путем деления рассчитанной величины потока дохода за определённый период времени на коэффициент капитализации. Суть метода капитализации состоит в определении величины ежегодных доходов и соответствующей этим доходам ставки капитализации. Метод капитализации не учитывает стоимости материальных и нематериальных активов, а измеряет эффективность их использования с точки зрения способности приносить доход. Данный метод, как правило, применяется, если ожидаемые денежные потоки компании в большей степени равны текущим денежным потокам, либо темпы их роста будут равномерными.

Вторым методом доходного подхода является метод дисконтированных денежных потоков. Его суть заключается в прогнозировании будущих денежных потоков, которые дисконтируются с целью определения приведенной стоимости этих денежных потоков по ставке, учитывающей риски компании, а иногда и уровень альтернативной доходности. Данный метод применяется для оценки компаний как с нулевыми и постоянными, так и с неравномерными темпами роста доходов.

Доходный подход, по мнению ряда исследователей (Дамодаран А. [1], Грязнова А.Г. [5] и др.), обоснованно считается основным подходом при оценке стоимости компаний и, как показывает практика, применяется чаще других. Однако его применение имеет определенные ограничения.

Так, А. Грегори утверждает, что доходный подход проблематично применять к компаниям-конгломератам, в которые входит некоторое число стратегических подразделений, так как для каждого подразделения будет

характерна своя степень риска, которая и будет учитываться при определении ставки дисконтирования [3].

С другой стороны, Тришин В.Н считает, что в определённых случаях, основным недостатком доходного подхода и конкретно метода дисконтированных денежных потоков является его сверхвысокая чувствительность к прогнозируемой стоимости выпускаемой продукции. В своей работе он утверждает, что рассчитываемые при методе DCF чистые денежные потоки являются незначительной частью выручки от реализации, при этом условно-постоянные затраты, входящие в себестоимость продукции могут составлять большую часть разницы между выручкой и чистым денежным потоком. По этой причине возможная ошибка в себестоимости выпускаемой продукции, а значит и в прогнозируемой выручке может привести к значительному искажению конечных результатов при осуществлении прогноза чистых денежных потоков [8].

Также к недостаткам рассматриваемого подхода следует отнести его вероятностный характер, определённую субъективность (так как при использовании доходного подхода оперируют балансовой стоимостью активов и пассивов, а также финансовых показателей компании, которые не всегда соответствуют действительности), а также достаточно трудоёмкий процесс оценки, требующий значительной квалификации.

Ключевым преимуществом доходного подхода является то, что он основан на прогнозах будущего развития как самой компании, так и её рыночных перспектив, что в наибольшей степени отвечает интересам инвестиционного анализа.

По мнению авторов статьи, применение доходного подхода в условиях украинского бизнеса является проблематичным по следующим причинам:

- оценка рисков при определении ставки дисконтирования в значительной мере является процессом субъективным;
- данный подход позволяет получить достоверные результаты только в случае осуществления с высокой долей вероятности прогноза уровня доходов и затрат, процентной ставки, а также объективного учета и анализа финансово-хозяйственной деятельности компании. Необходимо отметить, что при имеющихся высоких рисках и неопределенности, которыми характеризуются современные экономические отношения в Украине, данный процесс прогнозирования является затруднительным, и степень его достоверности будет снижаться с увеличением временного горизонта;
- подход основан на прогнозировании, а не анализе фактической информации.

Основой затратного подхода является определение величины затрат, необходимых для замещения либо восстановления объекта оценки с учетом износа его активов. При использовании данного подхода применяются два основных метода: метод стоимости чистых активов и метод ликвидационной стоимости.

Метод чистых активов основан на анализе структуры активов компании. При использовании данного метода статьи бухгалтерского баланса приводятся в соответствие с рыночной стоимостью. В результате проведенных вычислений стоимость собственного капитала компании оценивается, как рыночная стоимость совокупных активов за вычетом текущей стоимости всех обязательств. Применение метода целесообразно в том случае, когда компания обладает значительными материальными активами, а также отсутствуют ретроспективные данные о прибыли или нет возможности прогнозировать ее будущие значения.

Метод ликвидационной стоимости применим в случае существования обоснованных сомнений в дальнейшем функционировании компании в будущем. Использование данного метода позволяет определить ликвидационную стоимость компании, которая представляет собой рыночную стоимость активов предприятия за вычетом затрат на их реализацию и общей стоимости обязательств. При определении ликвидационной стоимости компании, стоимость нематериальных активов, связанных с деловой репутацией и получением доходов в будущем обесценивается и приравнивается к нулю. Перед проведением оценки необходимо удостовериться, что на дату оценки не существует активов и обязательств, не учтенных в бухгалтерском балансе.

По мнению американского автора А. Грегори, применение данного подхода затруднено в связи с тем, что в бухгалтерских балансах компаний стоимость большинства постоянных активов определяется, как первоначальная стоимость этих активов за вычетом амортизации. Такие данные не могут являться базой для получения оценки возможной стоимости реализации и восстановительной стоимости [3].

Российский ученый Рутгайзер В.М. указывает еще на один недостаток практического применения затратного подхода, который заключается в том, что в рамках действующей бухгалтерской отчетности нематериальные активы не всегда оценены на рыночной основе. Наличие значительных нематериальных активов рассматривается ним как естественное ограничение для применения данного подхода [7].

Другими недостатками являются относительно небольшой объем рыночной информации, отсутствие оценки потенциального развития предприятия, а также трудоемкость самого процесса.

Преимуществами подхода является возможность точной оценки расходов, связанных с созданием объекта, возможность поэлементной оценки предприятия, а также нормативно-методическая урегулированность. Данный подход является оптимальным к применению при оценке стоимости предприятий и уникального оборудования, которые не имеют аналогов.

Как считают авторы, использование только затратного подхода не позволяет определить рыночную стоимость действующей компании и может применяться только в случаях ликвидации предприятия, либо его поэлементной оценки при создании аналогичного бизнеса.

Сравнительный подход основан на предположении, что стоимость оцениваемой компании определяется той суммой, за которую она может быть продана при наличии достаточно эффективного рынка. При оценке с помощью сравнительного подхода учитываются цены сделок купли-продажи аналогичных предприятий, либо рыночные цены эмитируемых ими ценных бумаг. В условиях развитого финансового рынка эти цены учитывают факторы, прямо или опосредованно влияющие на стоимость компании и позволяют максимально точно определить рыночную стоимость оцениваемого бизнеса. Сравнительный подход составляют три основных метода: метод компании-аналога (метод рынка капитала), метод сделок и метод отраслевых коэффициентов.

Метод компании-аналога основан на использовании цен, сформированных на фондовом рынке. Базой сравнения для данного метода служит цена одной акции компании-аналога (или среднеарифметическая цена по акциям компаний-аналогов). Как правило, применяется при покупке контрольного пакета акций открытых акционерных компаний, либо при оценке стоимости закрытых компаний-аналогов с подобной операционной деятельностью и схожими финансово-экономическими характеристиками.

Метод сделок заключается в использовании данных о сделках купли-продажи компаний в целом, либо их контрольного пакета. Подобные сделки могут происходить при слияниях и поглощениях, а результаты их анализа позволяют оценить стоимость контрольных пакетов акций как закрытых, так и открытых акционерных компаний.

Сутью метода отраслевых коэффициентов является использование соотношения между рыночной ценой акции, либо компании в целом и определенными финансовыми показателями. Отраслевые коэффициенты, как правило, рассчитываются аналитическими компаниями на основе длительных статистических наблюдений за соотношением между ценой собственного капитала и наиболее важными производственно-финансовыми показателями.

По мнению Рутгайзера В.М., применение данного подхода сопряжено со следующими возможными проблемами:

- влияния инфляции на показатели, являющиеся основой мультипликаторов (особенно на показатели прибыли);
- неоднородные финансовые риски компаний-аналогов;
- различные способы начисления амортизации в показателях EBIT, учета запасов, а также проблемы, связанные с национальными особенностями ведения бухгалтерской отчетности, которые в определенных случаях могут искажать реальное финансовое состояние компании [7].

Сложность применения данного подхода также связана получением достоверной информации о сделках купли-продажи аналогичных компаний, так как в Украине, как правило, эта информация не является открытой. К тому же для большинства компаний отсутствует сравнительная база, поскольку многие из них являются уникальными для Украины.

Преимущество сравнительного подхода состоит в том, что базой для оценки являются рыночные данные, отражающие реально сложившееся соотношение спроса и предложения и учитывающие доходность и риски.

Авторы данной статьи полагают, что сравнительный подход в Украине может применяться по отношению к небольшим компаниям, имеющим достаточное количество аналогов на рынке, к открытым компаниям, чьи акции обращаются на фондовых биржах, а также к закрытым компаниям, у которых есть достаточное количество аналогов. Однако, с другой стороны, применение данного метода в условиях украинской экономики затруднено из-за недостаточно развитого фондового рынка и небольшого количества сделок по слияниям и поглощениям компаний в сфере мелкого и среднего бизнеса.

Ниже приведена таблица, в которой отражены главные недостатки и преимущества основных подходов к оценке стоимости компаний:

Таблица – Сравнительная характеристика подходов к оценке бизнеса

	Методы оценки бизнеса		
	Сравнительный (аналогов)	Доходный	Затратный
1	2	3	4
Преимущества	Метод, основанный исключительно на данных рынка и отражающий реальное соотношение спроса и предложения на объект оценки	Единственный метод, учитывающий будущие изменения доходов и расходов	Учитывает влияние производственно-хозяйственных факторов на изменение стоимости активов
	Оценщик ориентируется на фактические цены купли-продажи аналогичных предприятий. Цена при таком подходе определяется рынком, оценщик ограничивается только корректировками,	Через ставку дисконта учитывается уровень риска, присущий объекту оценки	Дает оценку уровня развития технологии с учетом степени износа активов

Окончание таблицы

1	2	3	4
	обеспечивающими сопоставимость аналога с оцениваемым объектом		
	Оценка основана на исторической информации и, следовательно, отражает фактические результаты производственно-финансовой деятельности компании	При данном подходе интересы потенциального инвестора учитываются в наибольшей степени	При определении стоимости компании с помощью данного подхода основным источником информации являются финансовые и учетные документы, таким образом, результаты оценки являются более обоснованными
Недостатки	Базой для расчета служат показатели, достигнутые в предыдущие периоды. Таким образом, подход игнорирует перспективы развития предприятия, отсутствует учет будущих ожиданий	Возникают сложности при прогнозировании будущих результатов и затрат	Не учитывается стоимость нематериальных активов, а также рыночная ситуация на дату оценки
	Получение информации о предприятиях аналогах является трудоемким и сложным процессом	Процесс оценки носит вероятностный характер.	Не принимаются во внимание перспективы развития компании
	Оценщику необходимо производить сложные корректировки, вносить поправки, требующие серьезного обоснования, в итоговую величину и промежуточные расчеты	Возможно наличие нескольких норм доходности, что затрудняет получение результат оценки	Отсутствует связь с настоящими и будущими результатами деятельности компании

Результаты исследований. Исходя из вышеизложенной информации относительно подходов и методов оценки стоимости бизнеса, а также особенностей ведения хозяйственной деятельности в Украине, авторы данной статьи приходят к выводу, что окончательный результат процесса оценки стоимости компании не может быть получен вследствие применения только одного из существующих подходов. Наиболее целесообразным, по нашему мнению, представляется использование нескольких подходов и соответственно методов оценки с последующим сопоставлением полученных результатов. В процессе интеграции результатов для каждого подхода (метода) необходимо присвоить весовой коэффициент. Значение весового коэффициента определяются степенью приемлемости данного подхода (метода) к проводимой оценке.

Подходы и методы, которым будет присвоено наибольшее значение весового коэффициента, могут различаться при оценке различных объектов. Тем не менее, в общем случае базовым может являться доходный подход, как единственный подход, учитывающий материальные и нематериальные активы, перспективу развития предприятия, а также приведенную стоимость будущих денежных потоков, что в наибольшей степени соответствует интересам потенциального инвестора.

Вспомогательные подходы, которые могут применяться совместно с доходным, должны определяться субъектами оценочной деятельности в зависимости от целей оценки. Так, например, при оценке действующего бизнеса дополнительным к доходному подходу может стать сравнительный, если существует достаточное количество предприятий аналогов, а также достоверная информация о них.

Затратный подход может применяться при оценке предприятий, которые либо находятся в стадии ликвидации, либо на этапе создания. Во втором случае, затратный подход может быть применен совместно со сравнительным подходом, если существует достаточная база для сравнения.

Выводы. Проведенный анализ основных подходов к оценке стоимости бизнеса выявляет определенные трудности, возникающие при осуществлении оценочной деятельности: инфляционные процессы; недостоверность финансовой отчетности компаний; неразвитость украинского рынка ценных бумаг и информационная непрозрачность рынка в целом; существенные риски при ведении бизнеса в Украине, намного превышающие средние значения, характерные для стран с развитыми рыночными отношениями и другие аспекты. Все перечисленные выше проблемы затрудняют процесс объективного проведения оценки украинских компаний. Дальнейшие научные исследования данного направления могут быть нацелены на рассмотрение и анализ методик оценки стоимости компаний, объективно применимых в Украине.

Список литературы: 1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов / А. Дамодаран. – М., 2004. 2. Эванс Ф. Ч. Оценка компаний при слияниях и поглощениях: в 3 кн. / Ф. Ч. Эванс, Д. М. Бишоп. – М., 2007. 3. Грегори А. Стратегическая оценка компаний. / Грегори А. – М., 2003. 4. Колер Тим, Стоимость компаний: оценка и управление. – 2-е изд. / Тим Колер. – М., 2000. 5. Грязнова А. Г. Оценка бизнеса / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова. – М., 1998. 6. Момот Т. В. Оценка стоимости бизнеса: современные технологии. – Х.: Фактор, 2007. 7. Рутгайзер В. М. Оценка стоимости бизнеса / В. М. Рутгайзер. – М., 2007. 8. Тришин В. Н. О методе дисконтированных денежных потоков и стандартах оценки [Электронный ресурс] / В. Н. Тришин. – Режим доступа: <http://www.ocenchnik.ru/docs/95.html>. – Дата обращения 20.02.2013.

Надійшла до редколегії 22.10.2013

УДК 336.6

Характеристика и сравнительный анализ современных подходов к оценке бизнеса / Коробков Д. В., Рыльцев Р. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 73–81. Библиогр.: 8 назв.

У даній роботі розглянуті існуючі підходи і методи оцінки вартості компаній та проведений їх аналіз. При проведенні аналізу представлена загальна характеристика основних підходів і методів оцінки бізнесу, а також описані їх переваги та недоліки. На основі проведеного аналізу автором статті дані рекомендації до застосування підходів та методів оцінки бізнесу в сучасних економічних умовах України.

Ключові слова: Оцінка бізнесу, вартість компанії, фінансовий аналіз, оцінна вартість, грошовий потік.

In the article existing approaches and methods of estimation of cost of the companies are considered and their analysis is carried out. In the process of carrying out of the analysis general characteristic of the basic approaches and methods of an estimation of business are given, and also their advantages and lacks are described. On the basis of the carried out analysis the author of article makes recommendations to application of approaches and methods of an estimation of business in modern economic conditions of Ukraine.

Keywords: estimation of business, company value, financial analysis, estimated value, cash flow.

УДК 519.816

Н. О. КУРЯТНИК, аспірант, НТУ «ХПІ»

ОБМЕЖЕННЯ ВИБОРУ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ

В статті описані основні підходи до визначення обмежень, надана класифікація обмежень за чинниками, що впливають на звуження кола альтернатив. Описані основні обмеження на кожному з етапів процесу прийняття раціонального рішення.

Ключові слова: обмеження, управлінське рішення, вибір, прийняття управлінського рішення.

Вступ. В сучасних економічних умовах процес прийняття управлінського рішення привертає все більше уваги керівників, адже нерідко від своєчасності та обґрунтованості вибору залежить успіх підприємства на ринку. В процесі прийняття рішення ОПР (особа, що приймає рішення), може генерувати чисельну кількість альтернатив, серед яких необхідно обрати лише одну, яка на даний момент є найбільш прийнятною при заданих умовах. Однак вже на етапі розробки альтернатив деякі з них можуть бути одразу відхилені через наявність обмежень. Саме тому є важливим визначення обмежень, які виникають на кожному з етапів процесу реалізації раціонального рішення, оскільки це дозволить частково спростити процедуру вибору та підвищити ефективність прийняття рішення ОПР.

Аналіз останніх досліджень та літератури: Проблемам дослідження обмежень в теорії менеджменту приділяли увагу ще класики. Так, наприклад, ще Мескон, Альберт та Хедуорі наголошували на тому, що перед тим, як переходити до виявлення альтернатив, необхідно чітко визначитися зі змістом обмежень, які можуть робити вибір певних альтернатив нераціональним [1]. Також можна назвати цілий ряд зарубіжних та вітчизняних вчених, які тим чи іншим чином досліджували проблему прийняття рішень та наголошували на важливості визначення обмежень вибору: Василенко В., Дерлоу Д., Орлов О.,

Фатхутдінов Р. та інші. Але більш детально процес визначення обмежень глибокого дослідження не набув.

Деякі автори розглядали способи підвищення соціально-економічної ефективності підприємств за допомогою визначення обмежень [4] чи теорії обмеженої раціональності [2]. Також в останні роки набула популярності теорія обмежень системи (ТОС), за якою для досягнення ефекту необхідно концентруватися саме на обмеженнях [3,5], але цю систему здебільшого розглядають стосовно управлінського обліку. Тому набуває актуальності процес дослідження обмежень, що можуть впливати на прийняття рішення на кожному з етапів.

Мета досліджень: Метою дослідження є дослідження обмежень, що впливають на процес вибору альтернативи на кожному з етапів прийняття рішення, та визначення основних чинників, які в кінцевому результаті можуть звужувати коло допустимих альтернатив.

Матеріали досліджень: Досліджуючи всю сукупність чинників, що можуть обмежувати вибір ОПР, можна виділити кілька груп таких чинників. Тож, обмеження можуть бути обумовлені:

- чинниками, що висуваються зовнішнім середовищем, наприклад, законодавчі обмеження або брак інформації, яку можна отримати про зовнішнє середовище, чи певний ступінь її невизначеності – об'єктивні обмеження;

- чинниками, що зумовлюються поточним станом підприємства, наприклад, тимчасовий брак фінансових ресурсів для реалізації певного кола альтернатив, але в подальшому ця проблема може зникнути, тож вона стосується тільки поточного вибору ОПР – поточні обмеження;

- суб'єктивно-об'єктивними чинниками, що висуваються до процедури вибору – необхідність прийняття рішення у певний час, бо deadline для здійснення вибору виставляється керівником ОПР – суб'єктивно-об'єктивні обмеження;

- суб'єктивними чинниками, що зумовлені особистими якостями ОПР – рішучістю, можливістю відбору релевантної інформації, наявністю необхідних професійних навичок – суб'єктивні чинники.

Причому при прийнятті рішень ОПР можливе як розрізнене застосування обмежень, тобто визначення обмежень кожної групи окремо, так і застосування обмежень ієрархічно. Другий варіант передбачає застосування обмежень по черзі: спочатку об'єктивні обмеження, потім обмеження поточного стану і так далі. За таких умов ОПР може поступово звужувати коло доступних альтернатив, що в кінцевому результаті значно спрощує його вибір та підвищує ефективність прийняття рішення.

Враховуючи ступінь розвитку сучасної науки щодо прийняття рішень, схему раціонального вибору можна вже сприймати як «процес вибору в структурі процесу вибору». Це зумовлене тим, що проходження кожного з етапів прийняття рішення пов'язане для ОПР із здійсненням вибору щодо даних, які йому потрібні на кожному з них (табл.).

Таблиця 1 – Визначення обмежень при прийнятті управлінських рішень на підприємстві

Етапи прийняття управлінських рішень	Визначення обмежень при розробці управлінських рішень
Виникнення ситуації (проблеми) або необхідність реалізації певного етапу стратегічного або тактичного плану підприємства	На цьому етапі найбільш сильно впливають суб'єктивні обмеження, оскільки своєчасне виникнення проблемної ситуації та правильне виокремлення тієї частини проблеми, що повинна бути вирішена – це один з ключових моментів ефективності прийняття управлінського рішення
Збір та обробка інформації	На цьому етапі об'єктивно існують обмеження щодо пропускну здатності систем обробки інформації та її вводу; необхідність розмежування кількісних та якісних показників вихідних даних; визначення релевантної інформації; обмеження доступу до інформаційних ресурсів; обмеження щодо отримання правдивої та повної інформації; визначення оптимального обсягу інформації, що необхідна для прийняття рішення (її збільшення призводить до подовження процедури в часі, використання ж мінімального обсягу збільшує вірогідність вибору неефективної альтернативи; суб'єктивні обмеження щодо трактування інформації, зокрема за необхідності застосування експертних процедур; обмеженість у можливостях перевірки достовірності інформації; необхідність формулювання чітких обмежень, що можуть бути виражені чисельно
Генерація, або виявлення, альтернатив	На цьому етапі також набувають значення суб'єктивні та суб'єктивно-об'єктивні чинники. Процедура прийняття рішення може здійснюватися з двох підходів: за першого необхідно спочатку визначити та чітко сформулювати всі існуючі обмеження і задати, що альтернатива має їм відповідати; за другого – спочатку генерується кількість альтернатив n , серед яких кожна потім перевіряється на відповідність обмеженням. В даній роботі пропонується вважати більш ефективним перший варіант, оскільки він забезпечує більш швидке прийняття рішення.
Оцінювання альтернатив	На цьому етапі існують об'єктивні обмеження щодо застосування процедур вибору через характер наявної інформації, певну кількість критеріїв, які прагне застосувати ОПР для вибору окремої результуючої альтернативи, та суб'єктивні обмеження щодо можливостей ОПР застосувати той чи інший метод обґрунтування вибору.
Вибір альтернативи	Суб'єктивні обмеження, оскільки процес вибору, незважаючи на використання сучасних систем підтримки прийняття рішень, провадиться ОПР, яка може прийняти альтернативу, що має більш низький рейтинг, але суб'єктивно може бути оцінена як перспективна.
Реалізація управлінського рішення	На цьому етапі обмеження, що повинні бути враховані стосуються не лише ОПР, але й особи, що буде займатися реалізацією рішень. На цьому є етапі необхідно максимально точно сформулювати поставлене завдання, оскільки можливе виникнення комунікаційних «шумів», через що ефективно сформульоване рішення може бути неефективно реалізоване.

Таким чином, можна говорити про можливість комплектації та класифікації обмежень на кожному з етапів. Зазначимо, що в процесі формалізації процедури прийняття рішення необхідно чітко розуміти, що і якісні, і кількісні критерії повинні бути враховані.

Висновки. Проведений в роботі аналіз дозволив виокремити окремі види обмежень та розглянути, які з них є найбільш вагомими на кожному з етапів процесу прийняття управлінського рішення. За такого підходу можлива подальша розробка методичних рекомендацій щодо формулювання обмежень та включення їх в процедуру вибору. Це дозволить підвищити ефективність реалізації кожного з етапів процесу прийняття рішення та в кінцевому результаті підвищить ефективність вибору ОПР.

Список літератури: 1. Мескон М, Альберт М., Хедворми Ф. Основы менеджмента – Москва: Издательство "Дело", 1997. – 704 с. 2. Мацеха Д.С., Бурый С.А. Обмежена раціональність в прийнятті управлінських рішень / Вісник Хмельницького національного університету 2010, № 3. Т. 1 – С.122-124 / режим електронного доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Vchnu_ekon/2010_3_1/122-124.pdf 3. Михайлишин Н.П., Мельник Н.Г. ТОС – теорія, що ламає стереотипи / Сталий розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал – С.81-83. режим електронного доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum./Sre/2011_4/81.pdf 4. Подольчак Н.Ю. Регулювання соціально-економічної ефективності систем менеджменту машинобудівних підприємств шляхом формування обмежень – режим електронного доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ekonomika/2009_640/55.pdf 5. Козак В.Є. Управлінський облік за теорією обмежень: загальна характеристика / Вісник Хмельницького національного університету 2009, № 6, Т. 1 – С.170-174. Режим електронного доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum%20/Vchnu_ekon/2009_6_1/170-174.pdf

Надійшла до редколегії 20.10.2013

УДК 519.816

Обмеження вибору в процесі прийняття управлінського рішення / Курятник Н. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 81–84. Библиогр.: 5 назв.

В статье описаны основные подходы к определению ограничений, представлена классификация ограничений по факторам, которые влияют на сужение круга альтернатив. Описаны основные ограничения на каждом из этапов принятия рационального решения.

Ключевые слова: критерий, управленческое решение, принятие управленческого решения

The article describes basic approaches to the determination of restriction. The classification of restrictions on the factors that affect the narrowing of the alternatives range. The basic restrictions on the stages of making a rational decision making are opened.

Keywords: restriction, managerial decision, choice, decision making.

УДК 311.605

Ю. И. ЛЕРНЕР, канд. экон. наук, проф. НТУ «ХПИ»

НОВЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ. ЧАСТЬ VII. ОЦЕНИВАНИЕ ДИПЛОМНОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ РАБОТЫ

В статье приведены новые методы обучения студентов экономических специальностей, которые в совокупности составляют усовершенствованную систему их обучения, и включают в себя новые

методы проведения практических занятий, модульных и контрольных работ и их оценивания, оценивания дипломных работ, а также новые методы проведения лекционных занятий и разработки комплексных методических материалов по дисциплине.

Ключевые слова: система обучения, практические занятия, модульные контрольные работы, оценивание диплома, методические материалы.

Постановка проблемы. Исходя из основных принципов Болонской конвенции обучения студентов, с целью приблизить обучение экономическим специальностям в ВУЗах Украины к практической деятельности предприятий, а также с целью обучения студентов с учетом такой деятельности была разработана специальная система проведения занятий со студентами экономических специальностей.

Методологическая сущность этой системы приведена в восьми частях, на которые условно разбита эта система обучения: часть I – основные принципы системы обучения; часть II – методы оценивания знаний студентов при проведении модульной контрольной работы; часть III – методические указания по разработке и проведению замеров остаточных знаний и оформлению их результатов; часть IV – методические указания по проведению модульных контрольных работ; часть V – методические указания по проведению практических занятий; часть VI – инструкция по разработке методических положений преподавания экономических дисциплин, часть VII – оценивание дипломной исследовательской работы и часть VIII – методические указания по проведению деловых игр (активные методы обучения).

Анализ исследований, публикаций и практической деятельности, а также выделение нерешенных частей общей проблемы. Разработка указанной тематики обучения студентов является своевременной и актуальной потому, что роль преподавания в ВУЗах Украины экономических дисциплин в последнее время значительно повысилась в связи с всемирным экономическим кризисом, все страны приняли особые меры, чтобы уменьшить его влияние на их экономику, одной из таких мер и является повышение эффективности высшего образования.

Научно-исследовательская работа под названием «диплом» является завершающей частью обучения студента в ВУЗе на уровне «бакалавр», «специалист» или «магистр». Она является наиболее важной составляющей обучения студентов, поэтому объективное оценивание этой работы является самой главной составляющей процесса обучения студента.

В настоящее время оценивание дипломной работы носит весьма субъективный характер и зависит от профессионализма оценивающего, даже от его настроения, от отношений, сложившихся между студентом и преподавателем и от других субъективных причин. Работа по оцениванию дипломов, действующая в настоящее время в практике вузовского экономического

образования, сродни той системе оценивания, которая существовала до последнего времени при оценивании мастерства фигуристов и также зависела от субъективного мнения судей. В настоящее время эта система оценивания фигуристов ликвидирована, и действующая система основана на оценке отдельных элементов фигурного катания. Также и разработанная автором система оценивания диплома зависит от оценивания отдельных составляющих процесса разработки и защиты дипломной работы.

Постановка задачи (формулирование целей статьи). Целью настоящей VII части системы обучения студентов является опубликование разработанной ее автором методики оценивания дипломной работы, являющейся составной частью общей системы обучения студентов.

Характерными свойствами разработанной системы обучения экономическим дисциплинам являются следующие: комплексность системы обучения, новизна методов обучения и положительная адаптация этих новых методов обучения, проведенная автором на протяжении продолжительного периода времени.

Указанных выше составляющих оценивания дипломной работы четыре: оценка самого диплома, оценка его защиты (представления), оценка ответов на вопросы и оценка результатов обучения студента за предшествующий период. Последняя составляющая, по моему мнению, не должна учитываться при оценивании диплома, так как предшествующая учеба студентов уже оценена полученными ранее оценками, но введение здесь этой составляющей в общую систему оценивания – дань подходам к оцениванию дипломов, которые фактически повсеместно существуют в настоящее время в процессе публичной их защиты.

Здесь публикуется, одна из наиболее важных, седьмая часть указанной системы обучения студентов в высшей школе: методика оценивания публичной защиты дипломной работы различного уровня (бакалавра, специалиста, магистра).

Изложение основного материала. В соответствии с разработанной методикой оценивания публичной защиты научно-исследовательской дипломной работы величина оценки этой работы определяется по следующей формуле:

$$O_3 = 10^{-2} \text{Коп} (O_{ди} \times I_{ди} + O_{до} \times I_{до} + O_{от} \times I_{от}) = O_3^0 \text{Коп}, \quad (1)$$

здесь $O_3^0 = (O_{ди} \times I_{ди} + O_{до} \times I_{до} + O_{от} \times I_{от}) 10^{-2}$ – оценка защиты диплома без учета предшествующих оценок, где:

O_3 – оценка при защите дипломной работы, ед.

Оди, Одо, Оот – оценки соответственно самого диплома, доклада при публичной его защите и ответов на вопросы при защите, ед.

Иди, Идо, Иот – удельный вес оценок соответственно диплома, доклада и ответов на вопросы в общем объеме оценки диплома студента (в %); на основании анализа исходного репрезентативного статистического материала принимается, что Иди = 50%; Идо = 20%; Иот = 30%.

Коп – коэффициент, учитывающий предшествующую учебу студента в институте, ед., величина Коп определяется в зависимости от величины Кор по данным таблицы 1.

Таблица 1. Значение коэффициента Коп

Кор	$0,1 \leq Кор \leq 2$	$2 \leq Кор \leq 6$	$6 \leq Кор \leq 10$
Коп	1,05	1,15	1,25

Величина Кор определяется по формуле

$$Кор = 10^{-2} \left(\frac{Уп \times Ип}{Уч + Ут} + \frac{Уч \times Ич}{Уп + Ут} + \frac{Ут \times Ит}{Уп + Уч} \right), \quad (2)$$

где: Уп, Уч, Ут – удельный вес соответственно пятерок, четверок и троек, полученных студентом до защиты диплома за рассматриваемый предшествующий период (в %), значения этих переменных определяются на основании анализа статистических данных по оценкам за предшествующий период обучения студента в ВУЗе;

Ип, Ич, Ит – оценка важности (веса) соответственно пятерок, четверок и троек, полученных студентом, (в%); в результате анализа исходного репрезентативного статистического материала принимается, что Ип = 50%; Ич = 30%; Ит = 10%.

Для расчета коэффициентов Кор и Коп преобразуем формулу (2) и представим ее в следующем виде:

$$Кор = (Кп \times Ип + Кч \times Ич + Кт \times Ит) 10^{-2}, \quad (3)$$

где Кп, Кч и Кт – коэффициенты, характеризующие величину оценок, соответственно, пятерок, четверок и троек; величина этих коэффициентов определяются по следующим формулам:

$$Кп = Уп : (Уч + Ут); \quad (4)$$

$$Кч = Уч : (Уп + Ут); \quad (5)$$

$$Кт = Ут : (Уп + Уч). \quad (6)$$

Таблица 1. Пример расчета оценки при публичной защите диплома.

Оценки при защите, ед.			Удельный вес предшествующих оценок, %			Оценки при защите с учетом уд.веса, ед				Коэффициенты предшествующих оценок, ед.						Расчет оценки			
Оди	Одо	Оот	Уп	Уч	Ут	50xОди	20xОдо	30xОот	Ооз	без учета веса			с учетом веса			Коп	Оз=ОзКоп	О _{пз} *	
										Кп	Кч	Кт	50xКп, %	30xКч, %	10xКт, %				Кор, ед.
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
5	3	4	65	5	30	250	60	120	4,3	1,86	0,05	0,43	93	1,5	4,3	0,98	1,05	4,52	5,0

*) Принятая оценка (целое большее числа Оз)

В таблице 1 приведен условный пример расчета величины O_3^0 , O_3 и O_3^n .

Анализируя данные этого примера, необходимо отметить, что студент X за время обучения в ВУЗе получил следующие оценки (удельные веса): пятерок – Уп = 65%; четверок – Уч=5%; и троек – Ут = 30%. Затем при защите дипломной работы ему были выставлены следующие оценки: за диплом – Оди = 5, за доклад (представление) диплома Одо = 3, за ответы на вопросы – Оот = 4. Необходимо произвести оценивание студента X при защите диплома. Тема диплома: «Оптимизация внешних заимствований банка У». Руководитель диплома профессор Z. Окончательная расчетная оценка за защиту диплома студенту X равна $O_3 = 4,52$, округляем ее до целого числа и выставляем ему оценку равную 5.

Практическая апробация результатов исследования. С целью практической апробации разработанной методики оценивания научно-исследовательской дипломной работы были приведены расчеты по такому оцениванию для трех групп студентов (группа У, группа А и группа Б) специальности «Финансы» Университета X в 2010 и 2012 гг. Такое разделение расчетов по годам и группам студентов связано с тем, что в 2010 году студентам группы У выставлялись оценки только по национальной шкале традиционной системы оценивания, а в 2012 году – по шкале ECTS кредитно-модульной системы оценивания. Так как методика оценивания основана на количественных методах расчета различных критериев, необходимо было разработать соответствующие соотношения оценок при оценивании по следующим трем системам:

- а) национальная шкала традиционной системы;
- б) шкала ECTS кредитно-модульной системы;
- в) расчетная шкала условных оценок традиционной системы.

В табл.2 приведено соотношение оценок по этим трем методам оценивания; в табл. 3 произведен расчет оценки по группе для У (2010 год), в табл.5 и 6 соответственно – для группы А (2012 год), в табл.7 и 8 соответственно

– для группы Б (2012 год). В табл.9 и 10 приведены исходные данные для расчетов оценки студентов групп соответственно А и Б (оценки студентов за время обучения). Большое значение для практического применения разработанной методики оценки научно-исследовательской дипломной работы имеет достоверность и объективность выводов об оценке этого диплома с помощью предлагаемых расчетных методов. Объективность этой оценки может быть определена с помощью сопоставления расчетных значений критериев с критическим уровнем относительного изменения (флуктуаций) невязки (Е, ед.) оценок для выборочной совокупности (группы студентов). Относительное значение флуктуаций невязок определяется величиной расчетного коэффициента вариации этих невязок ($V_e^{(p)}$). Здесь под невязкой ($E_i^{(p)}$) подразумевается разность между расчетным уровнем оценки для *i*-того студента группы (O_{pi} , ед.) и оценкой для этого студента, выставленной ему государственной экзаменационной комиссией (ГЭК, O_{gi} , ед.), то есть ($E_i^{(p)} = O_{pi} - O_{gi}$).

Если имеет место неравенство

$$V_e^{(p)} \geq V_e^{(k)}, \quad (7)$$

то следует считать, что два ряда переменных (оценки O_{pi} и O_{gi}) различаются между собой настолько существенно, что один из них более объективен, чем другой и требуется дополнительный анализ, чтобы определить какой из них более объективен.

Если же имеет место неравенство

$$V_e^p \leq V_e^k, \quad (8)$$

то следует считать, что два метода определения (расчетно-методический и «комиссионный») оценок для *i*-того студента в выборочной совокупности (группы студентов) являются идентичными и рассчитаны в обоих случаях объективно и достоверно.

В соотношениях (7) и (8) V_e^k – критический уровень (граничный уровень) коэффициента вариации невязок. В качестве V_e^k в каждом конкретном случае может быть принято его значение, находящееся в пределах от 1% до 10%. Величина $V_e^k > 10\%$ свидетельствует о том, что исследователь априори признает наличие расхождений между двумя рядами переменных, то есть между методами расчета оценок; в настоящем исследовании принимается $V_e^k = 10\%$.

Величина расчетного коэффициента вариации (V_e^p) рассчитывается по следующей формуле:

$$V_e^p = \frac{\sigma_{\varepsilon}^p}{\varepsilon_p} 100 \quad (9)$$

где σ_ε^p – среднеквадратическое отклонение невязки ε , ед.;

ε_p^- – среднеарифметическое значение невязки ε , ед.

Значения σ_ε^p и ε_p^- определяются по следующим формулам:

$$\sigma_\varepsilon^p = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (\varepsilon_i - \varepsilon_p^-)^2}; \quad \varepsilon_p^- = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \varepsilon_i^p,$$

где i – номер наблюдения в выборочной совокупности (группы студентов);

$$I = 1n^-,$$

где n – количество студентов в группе.

Расчет значения V_e^p произведен в табл. 11 на основании исходных данных, приведенных в табл. 4, 6 и 8 (соответственно для групп У, А и Б).

Таблица 2 Соотношение оценок при анализе защиты дипломных проектов

Оценка по национальной шкале традиционной системы		Отлично (5)		Хорошо (4)		Удовлетворительно (3)	
Оценка по шкале ECTS кредитно-модульной системы		А	В	В	С	Д	Е
Условия оценки традиционной системы	пределы применения (min-max)	≥ 5	4,99 ÷ 4,7	4,69 ÷ 4,5	4,49 ÷ 4,0	3,99 ÷ 3,31	3,30 ÷ 3,0
	расчетное значение, O_p	5,0	4,7	4,5	4,0	3,5	3,0

Анализируя данные, приведенные в таблицах 1–11, необходимо отметить следующее:

1. Коэффициент вариации при выставлении оценок по кредитно-модульной системе значительно, примерно в 5-7 раз меньше своего значения при выставлении оценок по национальной системе. Это свидетельствует о том, что, во-первых, кредитно-модульная система является более тонким и точным инструментом оценивания знаний, чем национальная система, а во-вторых, что расхождения между расчетными «методическими» и «комиссионными» оценками при этом также значительно уменьшаются.

2. Расчетные оценки при защите диплома, определенные по разработанной методике колеблются для всех групп студентов в диапазоне от 3,2 до 4,2 (за редким исключением наблюдаются иные значения оценок) и большинство из них изменяется от 3,2 до 3,4. В то время, как ГЭК выставляла оценки примерно от 0,5 – 1,0 балла больше (в среднем невязка ε имеет величину либо 0,5, либо 1,0 балл).

3. С учетом оценок предшествующих лет расчетный уровень оценок, определенных по предлагаемой методике, увеличился на 5%, в то время как ГЭК иногда изменяет оценку с учетом предшествующего периода на 1-1,5 балла в большую сторону.

Таблиця 3. Оценивание научно-исследовательской работы (магистерский диплом) по специальности «Финансы» (группа У институт Х).

ФИО студента	Оценка при защите, ед.			Удельный вес предшествующих оценок, %			Оценки при защите с учетом удельного веса, %					Коэффициенты предшествующих оценок с учетом удельного веса, %					Расчет оценки			
	Одм	Одо	Оот	Уд	Ул	Ур	50 x Одм	20 x Одо	30 x Оот	O ₃ ^в	Кп	Кк	Кт	50 x Кп	30 x Кк	10 x Кт	Кор	Коп	O ₃ ^в x O ₃ ^в x Kоп	O ₃ ^в x O ₃ ^в
Акоцишвили	3	4	3	27	64	9	150	80	90	3,2	0,37	1,78	0,1	9,2	35,6	3,0	0,48	1,05	3,4	4
Бакало	3	4	2	55	36	9	150	80	60	2,9	1,22	0,56	0,1	61	11,2	3,0	0,75	1,05	3,0	3
Волокова	3	5	4	100	0	0	150	100	120	3,7	∞	0	0	∞	0	0	∞	1,25	4,6	5
Гаймур	3	3	2	18	18	64	150	60	60	2,7	0,22	0,21	1,78	11	4,2	53,4	0,69	1,05	2,9	3
Даскин	3	2	2	0	27	73	150	40	60	2,5	0	0,37	2,7	0	7,4	81	0,88	1,05	2,6	3
Задрицкая	4	5	4	91	9	0	200	100	120	4,2	10,1	0,1	0	50,5	2	0	0,52	1,05	4,4	5
Илошанко	4	3	2	64	36	0	200	60	60	3,2	1,78	0,56	0	89	11,2	0	1,0	1,05	3,4	3
Каралети	3	4	3	55	45	0	150	80	90	3,2	1,22	0,82	0	61	16,4	0	0,77	1,05	3,4	3
Карянова	3	4	2	18	27	55	150	80	60	2,9	0,22	0,37	1,22	1,1	7,4	36,6	0,55	1,05	3,0	3
Клешков	3	3	2	10	45	45	150	60	60	2,7	0,11	0,82	0,82	5,5	16,4	24,6	0,46	1,05	2,9	3
Лелекина	3	3	3	0	18	82	150	60	90	3,0	0	0,22	4,56	0	4,4	137	1,4	1,05	3,2	3
Лукин	3	5	3	91	9	0	150	100	90	3,4	10,1	0,1	0	50,5	2	0	0,52	1,05	3,6	4
Павла	3	3	3	0	27	73	150	60	90	3,0	0	0,37	2,7	0	7,4	81	0,88	1,05	3,2	3
Сотников	3	4	3	91	9	0	150	80	90	3,2	10,1	0,1	0	50,5	2	0	0,52	1,05	3,4	4

Таблица 4. Анализ защиты дипломной работы студентами группы У института Х

№	Фамилия студента	Оценка, установленная на основе расчетов по предлагаемой методологии, O_p	Оценка, установленная государственной экзаменационной комиссией, O_g	Отклонение $E = (O_p - O_g)$
1.	Акопджанян	4	5	1
2.	Бакало	3	5	2
3.	Волчкова	5	5	0
4.	Гаймур	3	4	1
5.	Дискин	3	3	0
6.	Задерихина	5	5	0
7.	Илющенко	3	5	2
8.	Карапетян	3	5	2
9.	Кирьянова	3	4	1
10.	Клепиков	3	3	0
11.	Лепехина	3	3	0
12.	Лугин	4	5	1
13.	Пазина	3	3	0
14.	Сотников	4	5	1
15.	Итого			11

4. Оценивая расхождения (невязки) между расчетными «методическими» и «комиссионными» экспертными оценками, необходимо отметить, что эти расхождения флуктуируют (изменяются) в очень больших пределах (от 65% до 250%), что свидетельствует о большом неупорядоченном расхождении между этими двумя способами определения оценки при защите диплома.

5. Исходя из указанного выше, можно отметить, что либо экспертный метод установления оценок более объективен, либо, предложенный расчетный метод, дает более достоверную оценку знаний студентов. В пользу большей объективности и достоверности предлагаемого расчетного метода оценки защиты диплома говорит следующее:

а) «комиссионный» метод оценки является экспертным, имеет эвристический характер и, поэтому является более волюнтаристским, с элементами влияния «человеческого фактора» (симпатии, антипатии, влияние внешних и других факторов и т.д.);

Таблиця 5 Оценивание научно-исследовательской дипломной работы студентов группы А (2012 г.)

ФИО студента	Оценка при защите, ед.				Удельный вес предшествующих оценок, %				Оценки при защите с учетом удельного веса, %				Коэффициенты предшествующих оценок с учетом удельного веса, %					Расчет оценки					
	Одп	Одо	Оот	Уп	Ур	Ус	Уд	Ут	50 x Одп	20 x Одо	30 x Оот	O ₃	Кт	Кч	Кт	50 x Кп	30 x Кч	10 x Кт	Кор	Коп	O ₁ -O ₂ -Kop	O ₃ x Kt	
																							Кп
Балашкина	3	4	3	12	18	70	150	80	90	3,2	0,14	0,22	2,33	7,0	6,6	23,3	0,37	1,05	3,4	3д			
Белые	4	3	3	0	6	94	200	60	90	3,5	0,00	0,06	15,6	0,0	1,8	156,	1,59	1,05	3,7	3д			
Болгарян	3	3	3	18	35	47	150	60	90	3,0	0,22	0,54	0,89	11,0	16,2	8,9	0,37	1,05	3,2	3е			
Борозской	4	3	4	18	35	47	200	60	120	4,8	0,22	0,54	0,89	11,0	16,2	8,9	0,37	1,05	5,0	5а			
Глебова	5	4	3	6	53	41	250	80	90	4,2	0,06	1,13	0,69	3,0	33,9	6,0	0,43	1,05	4,4	4е			
Говор	3	3	3	0	0	10	150	60	90	3,0	0,00	0,00	∞	0	∞	0	∞	∞	1,25	3,8	3д		
Горбунова	4	4	4	100	0	0	200	80	120	4,0	∞	∞	0	0	∞	0	∞	∞	1,05	5,0	5а		
Кузнецов	3	4	3	18	18	64	150	80	90	3,0	0,22	0,22	1,78	0,11	6,6	17,8	0,27	1,05	3,2	3е			
Лягачова	3	4	3	88	12	0	150	80	90	3,0	7,33	0,14	0,00	366	4,2	0,0	3,71	1,15	3,5	3д			
Малашко	3	4	3	12	41	47	150	80	90	3,0	0,14	0,69	0,89	7,0	20,7	8,9	0,37	1,05	3,2	3е			
Подгорная	4	3	3	94	6	0	200	60	90	3,5	15,6	0,06	0	783	1,8	0	7,85	1,25	4,4	4е			
Рыла	3	3	3	82	18	0	150	60	90	3,0	4,58	0,22	0	2,3	6,6	0	0,09	1,00	3,0	3е			
Сидельнико	4	4	4	100	0	0	200	80	120	4,0	∞	0,0	0	∞	0	0	∞	∞	1,25	5,0	5а		
Столовый	5	4	5	100	0	0	250	80	150	4,8	∞	0	0	∞	0	0	∞	∞	1,25	6,0	5а		
Федоренко	5	3	3	6	59	35	250	60	90	4,0	0,06	1,44	0,54	3,0	43,2	5,4	0,52	1,05	4,2	4е			
Хоренко	3	4	4	18	58	24	150	80	120	3,5	0,22	1,38	0,32	11,0	4,24	3,2	0,18	1,05	3,7	3д			
Чебогарь	3	4	4	24	53	23	150	80	120	3,5	0,28	1,13	0,30	14,0	3,42	3,0	0,21	1,05	3,7	3д			

Таблица 6 Анализ защиты диплома студентами группы А (2012).

Анализ защиты диплома							
		Оценка ГЭК, Огек	условные оценки, ед		показатели невязки		
			Расчетная $O_{p,i}$	ГЭК $O_{г,i}$	$\varepsilon_i = (O_{pi} - O_{Gi})$	$\varepsilon_i^{(1)} = \varepsilon_i - \varepsilon_p^-$	$(\varepsilon_i^{(1)})^2$
1	Балашкевич А.А.	4С	3.5	4.0	0.5	-0.12	0.014
2	Белоус А.С.	5В	3.5	4.5	1.0	+0.38	0.144
3	Болгарин А.В.	4С	3.0	4.0	1.0	+0.38	0.144
4	Боровский А.Д.	4В	5.0	4.5	0.5	-0.12	0.014
5	Глебова М.В.	5В	4.0	4.5	0.5	-0.12	0.014
6	Говор В.В.	3Е	3.5	3.0	0.5	-0.12	0.014
7	Горбунова В.С.	5А	5.0	5.0	0.0	-0.62	0.384
8	Кунцевич Е.С.	4С	3.0	4.0	1.0	+0.38	0.144
9	Лихачова Н.В.	5В	3.5	4.5	1.0	+0.38	0.144
10	Малицкий А.И.	4С	3.0	4.0	1.0	+0.38	0.144
11	Подгорная И.А.	5В	4.0	4.5	0.5	-0.12	0.014
12	Рипа В.М.	5В	3.0	4.5	1.5	+0.88	0.774
13	Сидельникова Е.Е.	5А	5.0	5.0	0.0	-0.62	0.384
14	Столовый С.В.	5А	5.0	5.0	0.0	-0.62	0.384
15	Федоренко А.П.	5В	4.0	4.5	0.5	-0.12	0.014
16	Хорешко А.В.	5В	3.5	4.5	1.0	+0.38	0.384
17	Чеботарь Д.И.	4В	3.5	4.5	1.0	+0.38	0.384
	Итого				10.5	0.96	3.354

*) Принятая оценка (целое большее числа O_3).

**) ГЭК – государственная экзаменационная комиссия.

б) расчетный «методический» метод является более идентичным (по более объективному и одинаковому методическому подходу оценивания знаний каждого студента); он учитывает все четыре составляющие оценивания; оценки здесь рассчитываются по единой «количественной» методике; это позволяет сделать вывод о большей объективности предлагаемой методики оценивания дипломной работы;

в) еще одним немаловажным фактором в пользу большей объективности «методического» подхода к оцениванию дипломной работы является тот факт, что невязки $\varepsilon = 0$ имеет место почти исключительно в тех случаях, когда оценка диплома либо самая большая (5), либо самая маленькая (3), то есть тогда, когда ясно, что этот студент защищает свой диплом очень хорошо или очень плохо; здесь выставить другую оценку уже просто невозможно.

Таблиця 7 Оценивание научно-исследовательской дипломной работы студентов группы Б (2012 г.)

ФИО студента	Оценка при защите, ед.			Удельный вес предшествующих оценок, %			Оценки при защите с учетом удельного веса, %				Коэффициенты предшествующих оценок с учетом удельного веса, %					Расчет оценки				
	О ₁₀	О ₁₀	О ₁₀	У ₁	У ₂	У ₃	50 x O ₁₀	20 x O ₁₀	30 x O ₁₀	O ₇ ⁰	К ₁	К ₂	К ₃	50 x К ₁	30 x К ₂	10 x К ₃	К _{ор}	К _{оп}	O ₇ x O ₁₀ x K _{оп}	O ₇ x K ₁₀
Асташович	3	4	3	12	0	88	150	80	90	3,2	0,14	0,00	7,33	7,0	0,0	73,3	0,80	1,05	3,4	3,4
Гарматов	3	3	3	6	24	70	150	60	90	3,0	0,06	0,32	2,33	3,0	19,6	23,3	0,36	1,05	3,2	3,4
Головин	3	4	3	6	12	82	150	80	90	3,2	0,06	0,14	4,55	3,0	4,2	45,5	0,53	1,05	3,4	3,4
Ишук	3	3	3	0	18	82	150	60	90	3,0	0,00	0,22	4,55	0,0	6,6	45,5	0,52	1,05	3,2	3,4
Куполева	4	4	4	6	6	88	200	80	120	4,0	0,06	0,06	7,33	3,0	1,8	73,3	0,78	1,05	4,2	4,2
Слюшко	4	3	4	48	24	28	200	60	120	3,8	0,92	0,32	0,39	46,0	9,6	3,9	0,59	1,05	4,0	4,2
Мискаленко	3	3	3	70	24	6	150	60	90	3,0	2,33	0,32	0,06	116,	9,6	0,6	1,27	1,05	3,2	3,4
Мухомовец	3	3	3	36	12	52	150	60	90	3,0	0,56	0,16	1,08	28,0	4,8	10,8	0,45	1,05	3,2	3,4
Петренко	3	3	3	94	6	0	150	60	90	3,0	15,6	0,08	0,00	78,3	2,4	0,0	7,85	1,25	3,8	3,4
Ромашов	4	3	4	41	18	41	200	60	120	3,8	0,69	0,24	0,69	34,5	7,2	6,9	0,46	1,05	4,0	4,2
Гимбачко	3	3	3	24	58	18	150	60	90	3,0	0,32	1,38	0,25	26,0	41,4	2,5	0,6	1,05	3,2	3,4
Черняк	4	4	4	88	12	0	200	80	120	4,0	7,33	0,16	∞,0	566	4,8	∞	∞	1,25	5,0	5,4
Ярмолюк	3	4	3	18	30	52	250	80	150	4,8	0,22	0,43	1,08	11,0	12,9	10,8	0,35	1,05	5,0	5,4

Таблица 8 Анализ защиты диплома студентами группы Б (2012).

№	Анализ защиты диплома						
	Ф И О студента	Оценка ГЭК	Условные оценки, ед		Показатели невязки		
			Расчетная $O_{p,i}$	ГЭК $O_{г,i}$	$\varepsilon_i = (O_{pi} - O_{Гi})$	$\varepsilon_i^{(1)} = \varepsilon_i - \varepsilon_p^-$	$(\varepsilon_i^{(1)})^2$
1.	Астапович	4С	3.5	4.0	0.5	0.04	0.002
2.	Гармонов	3Е	3.5	3.0	0.5	0.04	0.002
3.	Головач	4С	3.5	4.0	0.5	0.04	0.002
4.	Ищук	3Е	3.5	3.0	0.5	0.04	0.002
5.	Кузовлева	5В	4.0	4.5	0.5	0.04	0.002
6.	Слюзко	4С	4.0	4.0	0.0	-0.46	0.21
7.	Москаленко	5В	3.5	4.5	1.0	0.54	0.29
8.	Мураховец	4С	3.5	4.0	0.5	0.04	0.002
9.	Петренко	5В	3.5	4.5	1.0	0.54	0.29
10.	Романюк	5В	4.0	4.5	0.5	0.04	0.002
11.	Тимченко	4С	3.5	4.0	0.5	0.04	0.002
12.	Черняк	5А	5.0	5.0	0.0	-0.46	0.21
13.	Ярохно	5В	5.0	5.0	0.0	-0.46	0.21
итого					60	-0.52	1.226

*) см. данные табл. 2 (O_p) по данным табл.7 (O_{ζ}^{δ})**)см. данные табл.2 (O_p) по данным табл. 8 (Огэк)

Таблица 9. Сдача экзаменов и зачетов студентами группы А в 2011-2012 гг.

Фамилия, имя, отчество студентов	Количество троек, четверок, пятерок			Удельный вес троек, четверок,пятерок		
	тройки	четверки	пятерки	Ут (троек)	Уч (четверок)	Уп (пятерок)
Балашкевич Анна Александровна	12	3	2	70	18	12
Белоус Александр Сергеевич	16	1	0	94	6	0
Болгарин Антон Владимирович	8	6	13	47	35	18
Боровский Алексей Дмитриевич	8	6	13	47	35	18
Глебова Марина Васильевна	7	9	1	41	53	6
Говор Виталий Владимирович	17	0	0	100	0	0
Горбунова Виктория Сергеевна	0	0	17	0	0	100
Кунцевич Екатерина Сергеевна	11	3	3	64	18	18
Лихачова Наталья Васильевна	0	2	15	0	12	88
Малицкий Алексей Игоревич	8	7	2	47	41	12
Подгорная Ирина Александровна	0	1	16	0	6	94
Рипа Владислав Михайлович	0	3	14	0	18	82
Сидельникова Елена Евгеньевна	0	0	17	0	0	100
Столовый Сергей Викторович	0	0	17	0	0	100
Федоренко Алена Петровна	6	10	1	35	59	6
Хорешко Анастасия Владимировна	5	9	3	24	58	18
Чеботарь Дмитрий Иванович	4	9	4	23	53	24

Таблица 10. Сдача экзаменов и зачетов студентами группы Б в 2011-2012 гг.

Фамилия, имя, отчество студентов	Количество троек, четверок, пятерок			Удельный вес троек, четверок, пятерок		
	тройки	четверки	пятерки	Ут (троек)	Уч (четверок)	Уп (пятерок)
Астапович Диана Леонидовна	15	0	2	88	0	12
Гармонов Вадим Валерьевич	12	4	1	70	24	6
Головач Юрий Владимирович	14	2	1	82	12	6
Ищук Ирина Сергеевна	14	3	0	82	18	0
Кузовлева Юлия Владимировна	15	1	1	88	6	6
Москаленко Анна Валерьевна	5	4	8	24	24	48
Мураховец Ирина Ивановна	1	5	11	6	24	70
Петренко Юлия Сергеевна	9	2	6	52	12	36
Романюк Владимир Викторович	0	1	16	0	6	94
Слюзко Карина Сергеевна	7	3	7	41	18	41
Тимченко Ольга Павловна	3	10	4	18	58	24
Черняк Екатерина Сергеевна	0	2	15	0	12	88
Ярохно Ярослав Викторович	9	5	3	52	30	18

Таблица 11 Параметры закона распределения невязок оценок студентов.

№№	Наименование переменных	Условные обозначения	Формулы для определения значения	Значение для групп студентов		
				У	А	Б
1	Сумма невязок определения оценки	$\varepsilon_{\Sigma}^{(p)}$	$\sum_{i=1}^n \varepsilon_i^{(p)}$	11,0	10,5	6,0
2	Среднеарифметическое значение невязки для группы студентов	ε_p^-	$\varepsilon_{\Sigma}^{(p)} : n$	0,79	0,62	0,46
3	Суммы отклонений невязок от их среднего значения	$(\varepsilon_{\Sigma}^{(p)})^1$	$\sum_{i=1}^n \varepsilon_i^{(p)} - \overline{\varepsilon_p}$	-	0,96	0,52
4	Суммы квадратов отклонений невязок от их среднего значения	$(\varepsilon_{\Sigma}^{(p)})^1$	$\sum_{i=1}^n (\varepsilon_i^{(p)} - \overline{\varepsilon_p})^2 = [(\varepsilon_{\Sigma}^{(p)})^2]$	-	3,954	1,226
5	Среднеквадратическое отклонение невязок	$\sigma_{\varepsilon}^{(p)}$	$\sqrt{\frac{1}{n} (\varepsilon_{\Sigma}^{(p)})^2}$	6,0	0,44	0,3
6	Коэффициент вариации невязок	$v_{\varepsilon}^{(p)}$	$(\sigma_{\varepsilon}^{(p)} : \varepsilon_p^-) 100$	250,0	71,0	65,2

Выводы. Таким образом, резюмируя результаты применения, разработанной автором, методики выставления оценок при защите дипломных работ, необходимо отметить объективность оценок, рассчитанных по этой методике, по сравнению с оценками, выставленными студентам экзаменационной комиссией, то есть с оценками, основанными на применении «человеческого» фактора, инициирующего субъективные антипатии и симпатии членов экзаменационной комиссии, чего нет при использовании более детальной

и более формальной, а значит и более объективной методики оценивания дипломных работ, разработанной автором настоящей публикации.

Список литературы: 1. Лернер Ю.И. Экономические инструменты эмиссии и обращения ценных бумаг – Х.: «Тимченко», 2008. – 850 с. 2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента – М.: Финансы и статистика, 2000. – 346 с. 3. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание и управление – М.: Экономика, 1981.–456 с. 4. Лернер Ю.И. Проблемы принятия экономических решений в современных условиях – Х.: Консулт, 2003. – 284 с.

Надійшла до редколегії 20.06.2013

УДК 311.605

Новые методы обучения студентов экономических специальностей. Часть VII. Оценка дипломной исследовательской работы./ Лернер Ю. И.// Вісник НТУ «ХПИ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПИ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 84–98. Библиогр.: 4 назви.

У статті наведені нові методи навчання студентів економічних спеціальностей, які в сукупності складають вдосконалену систему їх навчання, і включають в себе нові методи проведення практичних занять, модульних контрольних та комплексних робіт та їх оцінювання, оцінювання дипломних робіт, а також нові методи проведення лекційних занять та розробки комплексних методичних матеріалів з дисципліни.

Ключові слова: система навчання, практичні заняття, модульні контрольні роботи, оцінювання диплома, методичні матеріали.

The article presents new methods of teaching students of economics, which together account for an improved system of education, and include new methods of conducting practical classes, modular and integrated control and assessments, evaluation of dissertations, as well as new methods of lectures and development of comprehensive educational materials on the discipline.

Key words: departmental teaching, practical employments, modules controls works, evaluation of diploma, methodical materials.

УДК 311.605

Ю. И. ЛЕРНЕР, канд. экон. наук, проф. НТУ «ХПИ»

НОВЫЕ МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ ЧАСТЬ VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ

В статье приведены новые методы обучения студентов экономических специальностей, которые в совокупности составляют усовершенствованную систему их обучения, и включают в себя новые методы проведения практических занятий, модульных и контрольных работ и их оценивания, оценивания дипломных работ, а также новые методы проведения лекционных занятий и разработки комплексных методических материалов по дисциплине.

Ключевые слова: система обучения, практические занятия, модульные контрольные работы, оценивание диплома, методические материалы.

Постановка проблемы. Исходя из основных принципов Болонской конвенции обучения студентов, с целью приблизить обучение экономическим специальностям в ВУЗах Украины к практической деятельности предприятий, а также с целью обучения студентов с учетом такой деятельности, была

разработана специальная система проведения занятий со студентами экономических специальностей.

Методологическая сущность этой системы приведена в восьми частях, на которые условно разбита эта система обучения: часть I – основные принципы системы обучения; часть II – методы оценивания знаний студентов при проведении модульной контрольной работы; часть III – методические указания по разработке и проведению замеров остаточных знаний и оформлению их результатов; часть IV – методические указания по проведению модульных контрольных работ; часть V – методические указания по проведению практических занятий; часть VI – инструкция по разработке методических положений преподавания экономических дисциплин и часть VII – оценивание дипломной исследовательской работы и часть VIII – методические положения по проведению активных методов обучения.

Анализ исследований, публикаций и практической деятельности, а также выделение нерешенных частей общей проблемы. Одной из главнейших задач повышения эффективности высшего образования в Украине – это приближение процесса обучения студентов к практическим, жизненным реалиям функционирования предприятий. Одним из наиболее объективных путей решения этой задачи является проведение активных занятий со студентами, занятий приближающих их к реалиям жизни. Основой активных методов обучения является проведение различного рода игр, то есть создание игровой ситуации, имитирующей жизненные ситуации, с которыми могут столкнуться сегодняшние студенты и завтрашние специалисты предприятий. Форм активных занятий достаточно много, основные сведения о них приведены в Приложении 1.

Как показал проведенный анализ литературных и «практических» источников, количество публикаций по данному вопросу весьма ограничено. Поэтому следует в данной публикации остановиться более подробно на предлагаемой методике проведения активных занятий со студентами.

Постановка задачи (формулирование целей исследования). Основной целью опубликования данного материала является ознакомить, в отсутствие достаточного объема публикаций, читателя (студента, преподавателя) с методологией и результатами проведения различного рода игр, приближающих обучение студента к реалиям жизненных ситуаций.

Изложение основного материала. Как уже было отмечено выше, существует достаточно большое количество форм активных занятий, в результате анализа, проведенного автором публикации, предлагается к практическому применению следующие из них: «Вопросы – ответы», «Ситуационный анализ», «Альтернативные вопросы», «Методы исследования», «Операционная игра», «Дискуссия», «Круглый стол», «Ролевая игра» и «Деловая

игра». В публикациях автора приведены инструкции по проведению этих, рекомендуемых автором, форм активных занятий.

Проведение активных форм занятий со студентами предполагает проведение комплексных практических действий следующего типа:

а) теоретические и контрольные вопросы, рефераты, тесты; тесты используются следующих видов: выбор верного ответа, исключение несоответствия, поиск альтернативы, термин – определение.

б) решение задач (на сообразительность и базовые экономические знания);

в) проведение различного рода игр;

г) обучение выбору оптимального решения (анализ ретроспективы — прогнозирование перспективы – показатели в перспективе – критерии и ограничения – оптимизация решения);

д) выполнение НИР, защита НИР.

Для проведения указанных активных форм занятий со студентами по каждой дисциплине разрабатываются следующие методические материалы:

1.Текст лекций.

2.Учебная программа.

3.Рабочая программа.

4.Методические материалы по проведению практических занятий.

5.Методические указания по проведению модульных контрольных работ.

6.Методические указания по проведению самостоятельной работы студентам.

7.Методические указания по изучению дисциплины студентами заочной формы обучения.

8.Методические указания по подготовке материалов и проведению ККР.

9.Методические материалы по выполнению НИР (расчетное задание, курсовая работа, курсовой проект и т.д.).

10. Методика оценивания модульных контрольных работ, ККР и НИР.

11. Методика оценивания дипломных НИР.

В таблице 1 приведено содержание (состав) указанных методических материалов.

Таблица 1. Методические материалы по дисциплинам.

Методические материалы		Состав методических материалов	
1	2	3	4
I	Текст лекций		Состав в соответствии с ОПП
II	Программа дисциплины	1	Цели и задачи курса
		2	Междисциплинарные связи
		3	Содержание курса (по каждой теме)
		4	Список рекомендованной литературы

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
III	Рабочая учебная программа дисциплины	1 2 3 4 5 6 7	Распределение учебных часов по темам. Содержание каждой лекции и практического занятия Задания для самостоятельной работы студентов Контрольные вопросы для подготовки к экзамену План рефератов Материалы к контрольной работе: а) основные положения б) варианты заданий (теоретический вопрос, контрольный вопрос, тест, задача) Список рекомендованной литературы
IV	План практических занятий и методические указания по их проведению	1 2 3 4 5 6 7	Цель и задачи курса Планы практических занятий и методические указания по их подготовке Методы оценивания знаний студентов. Методы проведения активных форм индивидуальных занятий Методика применения экономико-математических методов и моделей на индивидуальных занятиях Список рекомендованной литературы
V	Методические указания для самостоятельной работы студентов	1 2 3 4 5 6 7	Вступление. Методические указания для изучения курса: а) распределение часов по изучению тем б) методические указания по изучению тем Контрольные и теоретические вопросы по темам Планы практических занятий и методические указания по их подготовке Тематика рефератов Методические указания и тематика контрольных работ: а) выбор варианта контрольной работы; б) варианты контрольной работы (теоретический, контрольный вопросы, тест, задача) 6 Методические указания по проведению активных форм самостоятельного изучения курса и индивидуальных занятий и методические указания по изучению и применению экономико-математических методов и моделей. 7 Список рекомендованной литературы
VI	Методические указания и тематика контрольных работ для студентов заочной формы обучения	1 2 3 4	Цель и задачи курса Содержание программы курса (тематика лекций): а) распределение часов занятий по темам; б) тематика лекций 3 Контрольная работа: а) выбор варианта контрольной работы б) варианты контрольной работы (теоретический, контрольный вопросы, тест, задача) 4 Список рекомендованной литературы
VII	Методические положения по выполнению модульных контрольных работ	1 2 3 4 5 6	Общие положения 2 Варианты модульной контрольной работы (теоретический, контрольный вопросы, тест, задача) 3 Схема определения оценки за модульную работу 4 Методика определения оценки за модульную работу 5 Образец титульного листа 6 Список рекомендованной литературы
VIII	Материалы к проведению модульной контрольной работы.	1	Состав материалов идентичен составу методических положений, указанных в VII разделе, но здесь приведены ответы на вопросы, решение теста и задачи (не разглашаются)

1	2	3	4
IX	Методические указания по выполнению курсовой работы (курсового проекта, расчетного задания и т.д.)	1 2 3 4 5 6 7 8 9	Введение Цель и задачи курсовой работы Сущность, структура и объем курсовой работы Рецензирование курсовой работы Защита курсовой работы Оформление пояснительной записки. Определение значений исходных данных по вариантам курсовой работы Приложения Список рекомендованной литературы
X	Методические указания по диагностике образовательно-профессиональной подготовки студентов	1 2 3 4	Распределение учебных часов по семестрам Содержание базы тестов (открытого и закрытого типов) для проведения диагностики уровня подготовки студентов Методика оценивания знаний студентов Список рекомендованной литературы
XI	Методические материалы для определения оценки по дисциплине	1 2 3 4 5	Установление оценки по их составляющим (теоретический, контрольный вопросы, тест, задача) «Взвешивание оценок и определение средневзвешенной величине баллов Сравнение средневзвешенной величины с критическим уровнем Установление оценки по дисциплине Список рекомендованной литературы
XII	Методические указания по оценке знаний по дисциплине и работам научно-исследовательского характера (выпускные работы)	1 2 3 4	Установление оценки по составляющим (работа, доклад, ответы, предыдущая учеба) Определение средневзвешенной оценки (балла) Определение оценки по работе Список рекомендованной литературы
XIII	Методические указания по проведению активных методов обучения	1 2 3 4 5 6 7	Активные лекционные методы обучения Активные методы обучения на практических занятиях Активные методы обучения при самостоятельной работе студентов Активные методы обучения при индивидуальных занятиях Стимулирование и заинтересованность студентов и преподавателей Методика оценивания активных методов обучения Список рекомендованной литературы

Рассмотрим более подробно деловую игру под названием «Внешние заимствования денежных средств». Основывается эта игра на рекомендациях, приведенных в монографии «Запозичення суб'єктами господарювання грошових коштів на зовнішніх ринках», авторы Лернер Ю.И. и Самородов Б.В. Издательство – Підручник НТУ «ХПІ», Харків, 2012 р.

Для проведения этой деловой игры в начале семестра студенты должны были ознакомиться со схемами внешних заимствований, приведенных в указанной монографии, провести 1–2 ролевые игры, а затем приступить к выполнению деловой игры, основные методы которой заключаются в расчете выбора наиболее предпочтительного варианта внешнего заимствования денежных средств. Кроме того, в рамках проведения деловой игры подготавливается целый комплекс материалов по этой тематике. В таблице 2

приведен перечень этих материалов, которые были подготовлены в рамках проведения активных форм занятий со студентами по этой тематике. В публикациях автора приведены (в качестве примера) расчеты, выполненные для написания отчета о проведении деловой игры «Внешние заимствования денежных средств». Расчеты содержат показатели, необходимые для выбора наиболее эффективного метода внешних заимствований банка А (таких вариантов расчетов для написания отчета выполнено более 20).

Таблица 2. Результаты деловой игры «Внешние заимствования денежных средств»

№№	Тип отчета	Наименование отчета	Срок реализации
1	Отчет на конкурс студенческих работ	Методология оценки и улучшения финансового состояния банков	сентябрь – декабрь 2012 г.
2	Отчет на конкурс студенческих работ	Методы управления стоимостью банковского бизнеса	сентябрь – декабрь 2012 г.
3	Отчет на конкурс студенческих работ	Выбор оптимальных схем выхода субъектов хозяйствования на внешний рынок	сентябрь – декабрь 2012 г.
4	Учебник	Оптимизация внешних заимствований с учетом финансового состояния банковской структуры	сентябрь – декабрь 2012 г.
5	Статья*)	Основные схемы внешнего заимствования денежных средств в условиях финансового кризиса	апрель – май 2012 г.
6	Статья*)	Выбор оптимальной схемы внешнего заимствования денежных средств в условиях финансового кризиса	апрель – май 2012 г.
7	Статья*)	Основные принципы методологии оценки банковского бизнеса	апрель – май 2012 г.
8	Статья*)	Методика анализа банковского бизнеса	апрель – май 2012 г.
9	Статья	Совершенствование методов анализа финансового состояния банка	апрель – май 2012 г.
10	Статья	Совершенствование методики рейтингования банковских структур	апрель – май 2012 г.
11	Статья	Модифицирование метода оценки банковского бизнеса	апрель – май 2012 г.
12	Отчет о деловой и ролевой играх	Внешнее заимствования денежных средств в условиях экономического кризиса	декабрь 2012 г.

*) Мероприятие выполнено

Выводы. Таким образом, резюмируя приведенные выше материалы, необходимо отметить, что поставленная в исследовании задача разработки методических указаний по проведению активных форм обучения студентов выполнена. Студенты, проводя указанные выше активные занятия, приближаются к практическим жизненным реалиям, что будет способствовать более успешному их переходу от студенческой жизни к реальным жизненным ситуациям.

Список литературы: 1. Лернер Ю.И. Экономические инструменты эмиссии и обращения ценных бумаг – Х.: «Тимченко», 2008. – 850 с. 2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента – М.: Финансы и статистика, 2000. – 346 с. 3. Афанасьев В.Г. Общество: системность, познание и управление – М.: Экономика, 1981.–456 с. 4. Лернер Ю.И. Проблемы принятия экономических решений в современных условиях – Х.: Консульт, 2003. – 284 с.

Надійшла до редколегії 22.06.2013

УДК 311.605

Новые методы обучения студентов экономических специальностей. Часть VIII. Методические положения по проведению активных методов обучения / Лернер Ю. И. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 98–104. Библиогр.: 4 назви.

У статті наведені нові методи навчання студентів економічних спеціальностей, які в сукупності складають вдосконалену систему їх навчання, і включають в себе нові методи проведення практичних занять, модульних контрольних та комплексних робіт та їх оцінювання, оцінювання дипломних робіт, а також нові методи проведення лекційних занять та розробки комплексних методичних матеріалів з дисципліни.

Ключові слова: система навчання, практичні заняття, модульні контрольні роботи, оцінювання диплома, методичні матеріали.

The article presents new methods of teaching students of economics, which together account for an improved system of education, and include new methods of conducting practical classes, modular and integrated control and assessments, evaluation of dissertations, as well as new methods of lectures and development of comprehensive educational materials on the discipline.

Key words: departmental teaching, practical employments, modules controls works, evaluation of diploma, methodical materials.

УДК 65.012.45

О. В. МАЗОРЕНКО, ст. викладач, ХНЕУ, Харків

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена особливостям оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства. Визначено структурні елементи інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства. Запропоновано методичний підхід щодо оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства, який включає кількісну оцінку рівня використання внутрішніх ресурсів функціонування та розвитку підприємства та якісну оцінку рівня стратегічної спрямованості діяльності підприємства.

Ключові слова: інформаційне середовище, функціонування підприємства, розвиток підприємства, методичний підхід, таксономічний показник

Вступ. Сучасні умови мінливості та нестабільності ринкового середовища вимагають від підприємств необхідності накопичення, обробки та використання великої кількості інформації щодо змін в його зовнішньому та внутрішньому середовищі. Так, ефективність функціонування та розвитку підприємства залежить в значній мірі від своєчасності реакції на ці зміни. Таким чином, актуальними питаннями на сьогоднішній день є методи оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства.

Аналіз основних досягнень та літератури. На сучасному етапі становлення інформаційної економіки питання інформації та інформаційного забезпечення діяльності підприємства висвітлюються в роботах Пушкаря О.І., Грабовського Є.Н., Левицького С.І., Винарика Л.С. та інших [1; 2; 3]. Зазначені автори, в основному, розглядають сутність та етапи інформаційного забезпечення підприємства та не торкаються проблем оцінки інформаційного середовища. Спроби оцінити діяльність підприємства в процесі розвитку та на різних стадіях зустрічаються в роботах [4; 5; 6; 7].

Мета дослідження. Тому метою статті є обґрунтування та розробка методичного підходу щодо оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства. Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі задачі: визначити структурні елементи інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства, проаналізувати підходи щодо оцінки ресурсів підприємства, розробити методичний підхід, який включає оцінку всіх складових інформаційного середовища.

Результати досліджень. Ефективне функціонування та розвиток підприємства в умовах інформаційної економіки та глобальних інтеграційних процесів можливе лише за достатньої, своєчасної поінформованості. Тому підприємство повинно досліджувати постійно своє інформаційне середовище та проводити його оцінку.

Під інформаційним середовищем функціонування та розвитку підприємства в даному дослідженні будемо розуміти сукупність сфер та умов формування та використання релевантної інформації, яка впливає на функціонування та розвиток підприємства [8, с. 36].

Авторський підхід до структури інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства визначено в роботі [8]. Так, інформаційне середовище функціонування та розвитку підприємства поділяється на внутрішнє інформаційне середовище та зовнішнє, яке представлене безпосереднім та загальним інформаційним середовищем.

Оскільки внутрішнє інформаційне середовище підприємства є більш сформованим та доступним для дослідження, то будемо проводити оцінку саме внутрішнього інформаційного середовища підприємства.

Аналіз робіт [5; 7] дозволив запропонувати структуру внутрішнього інформаційного середовища на основі ресурсного підходу. Адже, як зазначає А.Е. Воронкова в роботі [7], ресурси підприємства виступають не тільки об'єктивною основою процесів функціонування та розвитку, а й сприяють змінам. Так, внутрішнє інформаційне середовище представлене інформацією про техніко-технологічні, кадрові ресурси, інформацією про фінансовий стан і

фінансові результати діяльності підприємства, його цілі та стратегію. Саме ці елементи підлягають оцінці.

В роботах [5; 7; 9] оцінка ресурсів підприємства, як правило, реалізується через оцінку потенціалу підприємства.

Слід зазначити, що оцінити кількісно цілі та стратегію діяльності підприємства достатньо складно, тому пропонуємо проводити якісну оцінку цього елементу інформаційного середовища.

Таким чином, оцінку інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства пропонується поділити на дві частини: кількісна оцінка внутрішніх ресурсів підприємства та якісна оцінка стратегічної спрямованості діяльності підприємства. Оцінка внутрішніх ресурсів допомагає виявити існуючий рівень використання ресурсів та характеризує теперішній стан функціонування та розвитку підприємства, а оцінка цілей та стратегії дозволяє оцінити рівень спрямованості підприємства функціонування чи розвиток.

Авторський підхід до визначення етапу функціонування та розвитку підприємства на основі оцінки інформаційного середовища наведено на рис.

В основу кількісної оцінки рівня використання внутрішніх ресурсів підприємства покладено підхід, запропонований Ю.Б. Івановим, О.М. Тищенко, Н.А. Дробитько в роботі [5] на основі розрахунку таксономічного показника рівня розвитку.

Аналіз робіт [4; 5] дозволив сформуванати групи показників інформаційного середовища, що характеризують внутрішні ресурси підприємства. Виділено такі групи показників, що характеризують внутрішні ресурси підприємства: 1) техніко-технологічні ресурси, що представлені коефіцієнтом оновлення, коефіцієнтом вибуття, фондівдачею, коефіцієнтом пригодності, фондоозброєністю, коефіцієнтом зносу, фондоємністю, механоозброєністю праці, механоозброєністю виробництва; 2) кадрові ресурси, до яких належать темп росту середньооблікової чисельності працівників; темп росту заробітної плати; коефіцієнт плинності кадрів; питома вага робочих, що підготовані до нових професій, в загальній чисельності; питома вага робочих, що підвищили кваліфікацію, в загальній чисельності; питома вага службовців, що пройшли перепідготовку, в загальній чисельності; 3) фінансовий стан підприємства характеризують маневреність власного капіталу, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт покриття запасів, коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової стабільності; 4) фінансові результати підприємства, до яких відносять коефіцієнт оборотності оборотних засобів, коефіцієнт трансформації, коефіцієнт

оборотності власних засобів, рентабельність активів, рентабельність власного капіталу, рентабельність основних фондів, період окупності власного капіталу.

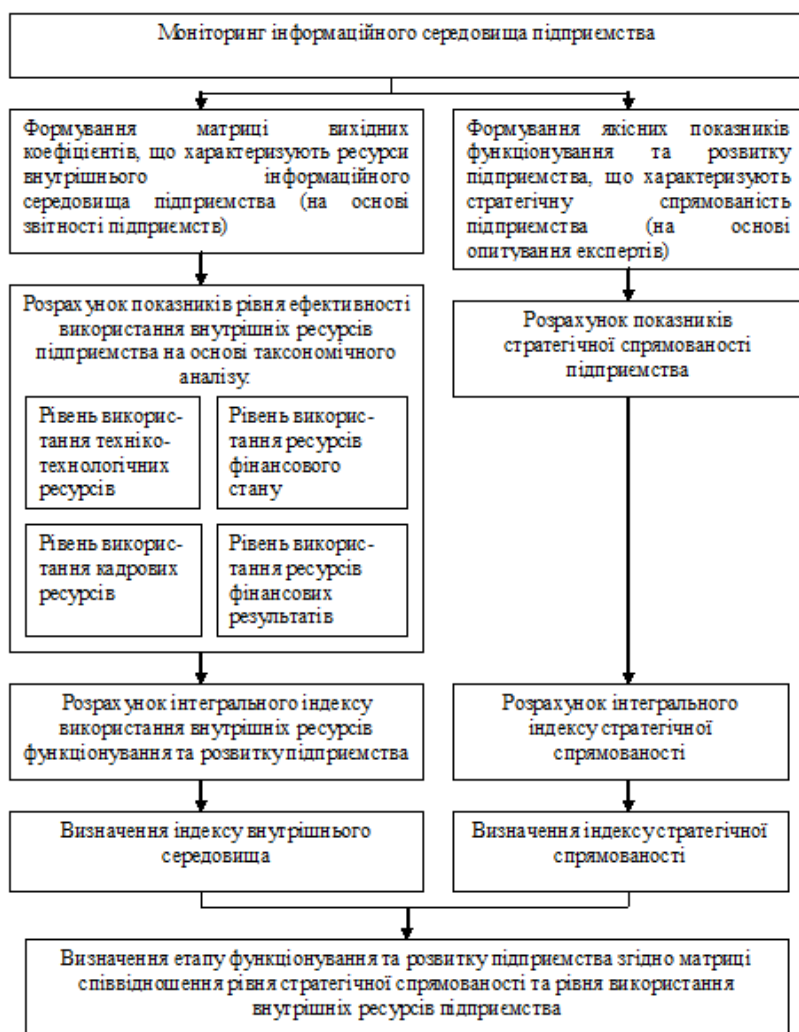


Рис. Методичний підхід щодо оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства

Розглянемо основні етапи кількісної оцінки інформаційного середовища підприємства.

На першому етапі формується матриця коефіцієнтів, що характеризують використання внутрішніх ресурсів підприємства. Значення показників ефективності використання ресурсів за групами, як стверджується в роботі [5], відображає сукупні зміни коефіцієнтів за ряд років, що підкреслює репрезентативність отриманих кількісних оцінок.

Далі проводиться розрахунок зведеного показника рівня ефективності використання внутрішніх ресурсів підприємства на основі розрахунку таксономічного показника рівня розвитку, як запропоновано в [5].

Далі необхідно визначити узагальнюючий показник ефективності використання внутрішніх ресурсів підприємства – індекс внутрішнього

середовища. Індекс внутрішнього середовища підприємства характеризує ступінь використання ресурсів підприємства: техніко-технологічних, кадрових, ресурсів фінансового стану, ресурсів фінансових результатів підприємства.

Узагальнений показник пропонуємо розраховувати як середнє геометричне окремих показників рівня використання ресурсів за групами ресурсів.

$$I_{BC} = \sqrt[4]{D_{TP} \times D_{KP} \times D_{PFC} \times D_{PFR}}, \quad (1)$$

де I_{BC} – індекс внутрішнього середовища,

D_{TP} – зведений показник використання техніко-технологічних ресурсів,

D_{KP} – зведений показник використання кадрових ресурсів,

D_{PFC} – зведений показник використання ресурсів фінансового стану,

D_{PFR} – зведений показник використання ресурсів фінансового результату.

Значення індексу внутрішнього середовища знаходяться в інтервалі (0;1), при цьому наближення даного індексу свідчить про високий рівень використання ресурсів внутрішнього інформаційного середовища, наближення до 0, навпаки, про низький рівень. Для градації індексу внутрішнього середовища пропонуємо проводити згідно шкали бажаності Харрінгтона. Таким чином, індекс внутрішнього інформаційного середовища може характеризуватись такими рівнями: дуже високий [1,0 – 0,8]; високий (0,8 – 0,63]; середній (0,63 – 0,37]; низький (0,37 – 0,2]; дуже низький (0,2 - 0]

Якісна оцінка інформаційного забезпечення функціонування та розвитку підприємства проводиться з використанням експертного методу та полягає в проведенні анкетування щодо цілей та стратегії функціонування та розвитку підприємства та розрахунку індексу стратегічної спрямованості.

Згідно з визначеннями понять функціонування та розвитку підприємства та особливостями цих процесів, що визначені автором в [10], відмінності функціонування та розвитку полягають в різних реакціях на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища, що проявляються у адаптаційних чи трансформаційних процесах, спрямованості цих процесів на досягнення відповідно поточних та стратегічних цілей тощо. Згідно сутності та особливостей процесів функціонування та розвитку підприємства експертам пропонується відповісти на наступні питання анкети, які характеризують стратегічну спрямованість діяльності підприємства на процеси розвитку, кожне з яких оцінюється за п'ятибальною шкалою: 5 – характеристика присутня у повному обсязі, 4 – характеристика присутня частково, 3 – характеристика скоріш присутня, ніж відсутня, 2 – характеристика скоріш відсутня, 1 – характеристика повністю відсутня:

- 1) діяльність підприємства спрямована на досягнення стратегічних цілей;
- 2) на підприємстві відбуваються трансформаційні процеси, що проявляються в якісних змінах складу, структури та способу функціонування;
- 3) домінуючими факторами, що зумовлюють діяльність підприємства, є зовнішні фактори прямого та побічного впливу;
- 4) підприємство перебуває у перехідному стані;
- 5) підприємство намагається змінити спосіб функціонування на основі зміни цілей та напрямків розвитку;
- 6) у зовнішньому середовищі підприємства відбуваються значні зміни, що впливають на його діяльність;
- 7) у внутрішньому середовищі підприємства відбуваються значні кількісні та якісні зміни;
- 8) активна реакція підприємства на зміни у зовнішньому середовищі, що виявляється у підготовці до змін та зворотному впливі на зовнішнє середовище.

За результатами якісного аналізу формується набір показників, які автор пропонує називати «показники стратегічної спрямованості діяльності».

Далі визначається індекс стратегічної спрямованості діяльності на основі попереднього розрахунку показників спрямованості. Розрахунок індексу стратегічної спрямованості проводиться як середнє арифметичне значення показників, що характеризують стратегію та цілі підприємства.

$$I_{cc} = \frac{I_1 + I_2 + I_3 + \dots + I_8}{8}, \quad (2)$$

де I_{cc} - індекс стратегічної спрямованості діяльності підприємства,

I_1, \dots, I_n - показники стратегічної спрямованості за результатами анкети.

Індекс стратегічної спрямованості діяльності підприємства може характеризуватися трьома рівнями: низький, середній та високий. При цьому високий рівень стратегічної спрямованості свідчить про орієнтацію підприємства на розвиток, а низький рівень – про спрямованість на функціонування, середній рівень може свідчити про перебування підприємства у перехідному стані чи невизначеність щодо стратегічної спрямованості.

Результатом оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства є співставлення результатів кількісної та якісної оцінки, що дозволить визначити етап функціонування та розвитку підприємства.

Висновки. Запропонований методичний підхід щодо оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства дозволяє комплексно оцінити внутрішнє інформаційне середовище, а саме, техніко-технологічні, кадрові ресурси, ресурси фінансового стану та фінансових результатів, цілі та стратегію підприємства. Таким чином, даний методичний

підхід може бути використаний підприємствами в рамках аналізу та планування їх функціонування та розвитку.

Список літератури: 1. Стратегическое управление развитием электронного бизнеса и информационных ресурсов предприятия (модели, стратегии, механизмы). Научное издание / А.И. Пушкарь, Е.Н. Грабовский, Е.В. Пономаренко. - Харьков: Изд. ХНЭУ, 2005. - 480 с. 2. *Левицький С. І.* Інформаційні системи на підприємствах: розвиток теорії та практики: Монографія / [С. І. Левицький, Р. М. Лепа, Ю.О. Коваленко, О. В. Фінагіна, К. В. Харіна]; За ред. М. М. Лепи. – Донецьк: ООО "Юго-Восток, Лтд", 2007. – 250 с. 3. *Винарик Л. С.* Информационная экономика: становление, развитие, проблемы / Л. С. Винарик, А. Н. Щедрин, Н. Ф. Васильева. – Донецк: НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти, 2002. – 312 с. 4. *Отенко И.П.* Методологические основы управления потенциалом предприятия. Научное издание. – Харьков: Изд. ХНЕУ, 2004. – 216 с. 5. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия. Научное издание / Ю.Б. Иванов, А.Н. Тищенко, Н.А. Дробитько, О.С. Абрамова. – Харьков: Изд. ХНЕУ, 2004. – 256 с. 6. *Гончаров В. М.* Формування стратегії управління розвитком промислового підприємства на основі показників ефективності: Монографія / В. М. Гончаров, М. В. Макаренко, В. Ю. Припотень. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В.Даля, 2007. – 136 с. 7. Розвиток потенціалу підприємства в умовах економіки знань: монографія / А.Е. Воронкова, Ю.С. Погорелов, Д.К. Воронков; за заг. ред. А.Е. Воронкової, Ю.С. Погорелова. - Луганськ: Ноулідж, 2012. - 380 с. 8. *Мазоренко О. В.* Визначення структури інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства // Управління розвитком: Збірник наукових статей. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. – № 18. – С. 35-38. 9. *Погорелов Ю.С.* Оцінювання та моделювання розвитку підприємства: монографія / Ю.С. Погорелов. – Луганськ: Глобус, 2010. – 512 с. 10. *Лепейко Т. І.* Розкриття сутності функціонування та розвитку підприємства / Т. І. Лепейко, О. В. Мазоренко // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Випуск 232: В 5 т. – Т. V. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2007. – 298 с. – С. 1226-1231.

Надійшла до редколегії 04.06.13

УДК 65.012.45

Методичні аспекти оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства / Мазоренко О. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 50(1023). – С. 104–110. – Бібліогр.: 10 назв.

Статья посвящена особенностям оценки информационной среды функционирования и развития предприятия. Определены структурные элементы информационной среды функционирования и развития предприятия. Предложен методический подход к оценке информационной среды функционирования и развития предприятия, который включает количественную оценку уровня использования внутренних ресурсов функционирования и развития предприятия и качественную оценку уровня стратегической направленности деятельности предприятия.

Ключевые слова: информационная среда, функционирование предприятия, развитие предприятия, методический подход, таксономический показатель.

The article is devoted to the peculiarities of assessment of the information environment of a company's functioning and development. Structural elements of the information environment of a company's functioning and development are defined. Methodical approach of assessment of the information environment of a company's functioning and development that includes quantitative assessment of the level of use of a company's functioning and development internal resources and qualitative assessment of the level of strategic direction of the company is suggested.

Keywords: information environment, functioning of the company, development of the company, methodical approach, taxonomic indicator.

УДК 605.020

В. А. МИЩЕНКО, докт. экон. наук, проф., НТУ «ХПИ»;**О. В. МОЗЕНКОВ**, докт. экон. наук, проф., НТУ «ХПИ»;**ВАН КУНЬУ**, магистрант, НТУ «ХПИ».**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КИТАЕ**

В статье рассмотрены особенности государственной поддержки малых и средних предприятий в Китае. Проведен анализ законодательной базы в сфере МСП в Китае.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, увеличение рентабельности, государственная поддержка.

Актуальность темы исследования. Программы развития Китая предусматривают экономический рост и улучшение деятельности народного хозяйства за счет общего развития экономики, как со стороны крупного, так и малого и среднего предпринимательства. Правительство КНР утвердило программы, направленные на совершенствование экономики сроком до 2020-2050 годов. Одна из данных программ была принята в 2003 году и направлена на социально-экономическое развитие Китая до 2020 года. Она является составной частью программы до 2050 года, где намечены полное усовершенствование и перестройку всех отраслей экономики страны [1]. Такое внимание государственных органов к поддержке малого и среднего бизнеса свидетельствует об актуальности темы исследования.

К работам, посвященным изучению малых предприятий и особенностей их деятельности относятся труды И. Х. Пихлера, В. Я. Горфинкеля, М. Г. Лапусты, А. Г. Поршнева, Ю. Л. Старостина, Л.Г. Скамая, Е.М. Бухвальда, А.В. Виленского, Ю.В. Головина, Н.Е. Егоровой, А. Бергера, Э. Блуа, Г. Уделла, В. Уильямса, Ж. Шанель-Рейно. Вопросы государственной поддержки малого и среднего бизнеса, нашли отражение в работах А.О. Блинова, О.Е. Вороновской, С.Б. Зангеевой, И.П. Лебедевой, В.А. Рубе, А.А. Шулуса, Н. Уайсса, Б. Крейга, Дж. Томсона.

Цель исследования – изучить особенности малого и среднего бизнеса в Китае.

Изложение основного материала. Начиная с 2003 года, в Китае произошло стремительное развитие малого бизнеса, увеличение рентабельности предприятий, рост налоговых поступлений в бюджет государства. Такое развитие было обеспечено в основном за счет увеличения числа субъектов малого бизнеса. Малое предпринимательство составляет подавляющее большинство в общем количестве предприятий страны. Ведь именно на малых предприятиях занято около 60% ее трудоспособного населения. Благодаря

низкой стоимости рабочей силы, малый бизнес в стране составляет серьезную конкуренцию крупным компаниям, которые работают на мировых рынках. Малый бизнес можно назвать научным двигателем страны, благодаря тому, что малые предприятия производят наибольшее количество инновационной продукции и технических изобретений. Большая часть производимой в стране продукции, предоставляемая на экспорт, произведена именно малыми предприятиями [1].

В настоящее время малый бизнес в стране развивается очень успешно. Правительство Китая несколько лет назад приняло решение переориентировать экономику страны с ресурсоемких предприятий на предприятия малого бизнеса. По мнению китайских лидеров, коренная модернизация экономики страны должна быть закончена в 2050 году, что должно вывести ее в число лидеров по уровню экономического развития. Но результат работы малого бизнеса можно наблюдать уже в настоящее время – полки многих магазинов уставлены дешевыми товарами, которые производятся на малых предприятиях страны [2].

Развитие малого бизнеса в стране происходит по нескольким направлениям: правительство страны стимулирует, прежде всего, развитие частных предприятий, которые работают в сфере производства электроники и разработки программного обеспечения. Предприниматели в Китае активно участвуют в развитии инновационных технологий, 65% патентов и более 80% производящейся новой продукции страны принадлежит ее малым предприятиям. Также на долю малого бизнеса приходится около половины налоговых поступлений и около 60 % объема экспорта. При этом большинство малых предприятий имеет в своем штате менее 100 человек. Средние предприятия с большим количеством сотрудников составляют менее 1 %. Малый бизнес в стране также ориентирован на сферу услуг. По мнению китайских экономистов, в 2020 году доля индустрии услуг в общем объеме ВВП должна составлять до 60 % [3].

Государственная поддержка малому бизнесу. Правительство Китая отводит большую роль развитию малого предпринимательства в экономике страны. Именно благодаря малым предприятиям создается большое количество новых рабочих мест. Однако малому предпринимательству в стране все же необходима дополнительная поддержка государства, привлечение инвестиций и расширение кредитных программ для развития бизнеса. Понимая это, власти страны стараются различными способами содействовать экономическому росту малого предпринимательства, совершенствуя, к примеру, законодательные акты, направленные на регулирование экономики и налогообложения субъектов малого предпринимательства.

На сегодняшний день малое предпринимательство в стране действует в соответствии с Законом «О стимулировании развития малого и среднего предпринимательства», предусматривающего одинаковые возможности для малых предприятий по поводу кредитования, инвестирования, совершенствования производства, внедрения новых наукоемких технологий в экономику страны.

Китайское правительство считает малые и средние предприятия важнейшим стимулятором экономического роста, оживления рынка и расширения возможностей трудоустройства. За последние 20 лет сектор малого бизнеса стал неотъемлемой частью китайской экономики и ныне энергично создает огромное количество рабочих мест и осваивает новые инновационные технологии. По статистике, малые и средние предприятия составляют 99,3 % от общего количества предприятий в стране, на них приходится 55,6 % ВВП, 74,7 % дополнительной добавленной стоимости промышленной продукции, 46,2 % налоговых поступлений и 62,3 % экспорта, а также около 75 % рабочих мест в Китае. Сектору малого и среднего бизнеса принадлежит 65% патентов, 15% технических новшеств и более 80% новой продукции Китая. На его долю приходится 46,2% налоговых поступлений всей страны и 62,3% общего объема экспорта Китая. При этом в категорию малых предприятий с числом занятых до 100 человек относится почти 99% предприятий, и только 0,6% относятся к средним предприятиям с количеством занятых от 101 до 999 человек [2].

В текущем году объем экспорта и импорта продукции новых и высоких технологий Китая составил 218,25 млрд. долл. и 197,71 млрд. долл., увеличившись на 31,8 и 22,5% соответственно, при этом основной рост обеспечивал сектор малых и средних предприятий[3].

В стране активно функционируют государственные фонды по поддержке и развитию деятельности малого и среднего предпринимательства. Их основная направленность заключается в обеспечении гарантийными обязательствами и залоговым обеспечением малые предприятия с целью получения банковских кредитных средств на развитие бизнеса. С этой целью Коммунистическая партия Китая разработала и утвердила положение о создании «Государственного фонда развития малого и среднего предпринимательства», который был финансируван за счет бюджетных средств страны. Данный фонд способствует защите интересов субъектов малого предпринимательства по сравнению с субъектами крупного бизнеса во всех экономических направлениях и обеспечивает для малого предпринимательства определенные налоговые льготы и дополнительное финансирование [3].

Правительство Китая приняло закон о стимулировании малого бизнеса, который уравнивает в правах малые и крупные предприятия этой страны. В

настоящее время в Китае действует целый ряд законов, которые позволяют частным предпринимателям платить меньшее количество налогов, а также уменьшают количество бюрократических барьеров для открытия предприятий.

Основным проводником идей развития малого бизнеса в стране является «Национальная комиссия по развитию и реформированию», которая инициирует принятие необходимых правительственных решений, а также собирает информацию и статистические данные о работе малых предприятий. На основе деятельности этой комиссии принимаются решения о стимулировании определенных видов малых предприятий Китая. Кроме того, в стране активно развивается система тендерных аукционов, которая позволяет малым предприятиям получить государственный заказ на поставку товаров или предоставление услуг [1].

Поддержкой малого бизнеса в стране занимается Китайский центр по координации и кооперации бизнеса, основная задача которого заключается в создании специальных условий для сотрудничества китайских и зарубежных организаций по поддержке малого бизнеса.

Еще одним важным органом, содействующим развитию экономики страны, является государственная информационная служба CSMEО, которая была создана в 2001 году. Эта служба занимается предоставлением услуг по информационному консультированию населения и предпринимателей в вопросах деятельности малого и среднего предпринимательства через свой Интернет-сайт. Сеть CSMEО охватывает все регионы Китая, что дает возможность своевременно информировать население о состоянии рынка труда, изменениях действующего законодательства, последних достижениях в области науки и технологических изобретениях, о развитии и состоянии субъектов малого и среднего предпринимательства [3].

Выводы. Китайское правительство считает малые и средние предприятия важнейшим стимулятором экономического роста, оживления рынка и расширения возможностей трудоустройства. За последние 20 лет сектор малого бизнеса стал неотъемлемой частью китайской экономики и ныне энергично создает огромное количество рабочих мест и осваивает новые инновационные технологии. Помощь малый бизнес в стране получает на высоком техническом уровне. Начинающие предприниматели имеют возможность получить необходимую информацию с помощью специализированных сайтов и электронных библиотек, а также поучаствовать в вебинарах или видеоконференциях, которые организуются ведущими китайскими и мировыми специалистами в области развития малого бизнеса.

Список литературы: 1. Малые и средние предприятия. Управление и организация / под ред. И. Х. Пихлера и др. Пер. с нем. М.: МО, 2007. 2. Малый бизнес: учебное пособие/ под ред. В. Я.

Горфинкеля. – М. : КНОРУС, 2009. 3. Предпринимательство: Учебник / М. Г. Лапуста, А. Г. Поршневу, Ю. Л. Старостин, Л.Г. Скамай. 4-е изд. М.: ИНФРА-М, 2007.

Надійшла до редколегії 12.07.2013

УДК 605.020

Особенности развития малого и среднего бизнеса в Китае / Мищенко В. А., Мозенков О. В., Ван Кунью // Вісник НТУ «ХПИ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПИ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 111–115. Библиогр.: 3 назви.

У статті розглянуто особливості державної підтримки малих і середніх підприємств у Китаї. Проведено аналіз законодавчої бази в сфері МСП в Китаї.

Ключові слова: малий та середній бізнес, збільшення рентабельності, державна підтримка.

The article describes the features of state support of small and medium-sized enterprises in China. The analysis of the legal framework for SMEs in China.

Key words: small and medium business, increase profitability, state support.

УДК 624.050

В. А. МИЩЕНКО, докт. екон. наук, проф., НТУ «ХПИ»;

О. В. МОЗЕНКОВ, докт. екон. наук, проф., НТУ «ХПИ»;

ЛЮ БО, магистрант, НТУ «ХПИ».

КИТАЙСКИЕ КОМПАНИИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

В статье рассмотрены особенности внешнеэкономической деятельности китайских компаний. Проанализировано размер инвестиций в зарубежные предприятия. Исследована география геополитического сотрудничества Китая.

Ключевые слова: мировые компании, инвестиции, внешнеэкономическая деятельность.

Актуальность темы исследования. В 2000-е годы заметно возросла степень вовлеченности КНР в процессы зарубежного инвестирования в качестве экспортера предпринимательского капитала, что в значительной степени было предопределено вступлением страны в ВТО в начале десятилетия и провозглашением в 2003 г. китайским руководством политики «выхода вовне», направленной на поддержку зарубежных инвестиций национальных компаний. Стремительное наращивание Китаем зарубежных активов обусловило трансформацию его роли в мировом инвестиционном процессе и изменение статуса страны, в недавнем прошлом преимущественно ввозящей капитал, на игрока, становящегося крупнейшим экспортером прямых инвестиций [1]. Особое значение приобретают основные тенденции в осуществлении прямых зарубежных инвестиций (ПЗИ) китайскими компаниями, особенности географической и отраслевой структуры зарубежного приложения капитала. Особое внимание уделяется стратегиям зарубежного инвестирования китайского бизнеса в условиях мирового экономического кризиса в конце 2000-х годов. В связи с описанными особенностями анализ деятельности китайских компаний приобретает особую актуальность.

Значительное число работ современных экономистов посвящены исследованию отдельных форм внешнеэкономической деятельности, прежде всего внешней торговли, механизма ее государственного регулирования, проблем совершенствования данного механизма в соответствии с требованиями ведущих международных экономических организаций. К ним следует отнести труды Ли Цзи Шена, Т. Л. Дейча, В.П. Воронина, Г.В. Кандакова, И.М. Подмолодина, В.П. Колесова, Л.И. Евдокимова, А.С. Селищева, Н. Артемова, Э. Батизи, Н. Блинова, Э. ВанДузера, Ю. Грачева, И. Дюмулена, П. Завьялова. А. Козырина, В. Наумова. Ю. Петрова, И. Платоновой. В. Покровской. В. Преснякова. Э. Рубинской, И. Устинова, А. Шишаева и др.

Цель исследования – осветить особенности внешнеторговой и внешнеэкономической политики Китая.

Изложение основного материала. С 1978 года, то есть с начала осуществления политики реформ и открытости внешнеторговая и внешнеэкономическая работа Китая получила быстрое развитие. По подсчетам, в 2001 году внешнеторговый товарооборот нашей страны превысил 500 миллиардов долларов США, были использованы иностранные инвестиции в размере 40 миллиардов долларов [1]. Одновременно с этим все большее число китайских предприятий создают свои филиалы и представительства в других странах. К концу июня этого года включительно за границей были созданы 6 тысяч 700 предприятий, общий объем договорных инвестиций достиг 13 миллиардов 200 миллионов американских долларов; договорная сумма на строительные работы за границей составила более 100 миллиардов американских долларов, договорная сумма в области внешних трудовых услуг – 28 миллиардов долларов [2].

Объекты вложения инвестиций китайских предприятий за границей постепенно расширяются, меняются от просто осуществления внешнеторговых операций в первое время до производства и переработки, транспортного сообщения, медицины и здравоохранения, подряда на строительные работы, туризма, общественного питания, предоставления трудовых услуг и т.д. – сегодня.

Создание торговых компаний – это была одна из основных форм развития китайских предприятий за границей в первое время. Ныне внешнеторговые ведомства Китая, а также некоторые крупные предприятия, имеющие право на экспорт, такие, как Китайская нефтехимическая корпорация, Китайская акционерная компания по экспорту зерна, масла и пищевых продуктов, Усийский станкостроительный завод в провинции Цзянсу, имеют свои торговые компании за границей. Например, недавно Усийский станкостроительный завод совместно с одной английской фирмой по сбыту станков зарегистрировал

торговую компанію, контрольний пакет акцій котрою належить китайській стороні. Нова компанія, використовуючи переваги, надавані спільним підприємством в Англії та Китаї, веде активну торгову діяльність [3].

Китай – найбільший імпортер залізної руди та другою в світі споживачем енергоресурсів прагне зміцити свою виробничу базу, стійку до короткочасних коливань світових цін. З початку 2009 р. кожен місяць приходили повідомлення про чергову угоду з участю китайських компаній. Підписані контракти на спільну діяльність з такими гігантами, як Shell, BP, Total, Exxon, BHP Billiton, Rio Tinto, Vale. Поки зберігається успішна ринкова кон'юнктура, Державне резервне бюро приступило до створення щоденного стратегічного запасу енергоносіїв, промислових металів, пшениці, цукру, каучуку тощо. Для підтримки селян сільськогосподарська продукція придбається за пільговими умовами всередині країни. В інших секторах агентство поєднує допомогу місцевим виробникам з покупками зарубіжних ресурсів, користуючись падінням цін та нестатком ліквідності у іноземних постачальників. Загальний імпорту сировини та напівфабрикатів в 2009 р. досяг рівня: сировина – 203,79 млн т, нафтопродукти – 36,96 млн т, пластик – 23,81 млн т, вугілля – 125,83 млн т, залізна руда – 627,78 млн т, алюміній – 5,14 млн т, мідь – 4,2922 млн т, цинк – 0,8 млн т [4].

Підприємства на будівельні роботи на зовнішній ринок – це друга важлива форма виходу китайських підприємств за межі. Наприклад, Китайська компанія з виробництва нафти та природного газу та Головна китайська компанія будівельних об'єктів взяли підприємство на будівництво численних об'єктів в інших країнах. За повідомленням чиновника Міністерства зовнішньої торгівлі та зовнішньоекономічного співробітництва У Сіліня, китайські підприємства здобувають хорошу економічну ефективність у цьому виді бізнесу. Ось що він каже: «Якість зводимих китайськими будівельниками великомасштабних об'єктів, таких як нафтопереробний завод в Судані, залізна дорога в Нігерії, метро в Тегерані та електростанція в Малайзії, дуже висока. Китайські робітники користуються популярністю в багатьох країнах» [6].

Підвищення якості продукції та рівня послуг – необхідна умова для розвитку китайських підприємств за межами. Немало китайських підприємств устояли на міжнародному ринку тільки завдяки високій якості своєї продукції та послуг. Візьмемо, наприклад, відоме в Китаї підприємство з виробництва побутових електричних приладів "Хайер". В 1990 році воно почало продавати маленькі холодильники марки "Хайер" в США та з 1999

году эта продукция уже занимала 20 процентов американского рынка маленьких бытовых холодильников. В том же году корпорация "Хайэр" решила создать предприятие в США по производству маленьких бытовых холодильников. Ныне доля холодильников марки "Хайэр" на американском рынке занимает 35 процентов [6].

Покупка миноритарных пакетов акций финансовых учреждений также столкнулась с трудностями, правда, иного рода. Суверенный (государственный) фонд China Investment Corp. (CIC) инвестировал \$5,6 млрд в американский инвестиционный банк Morgan Stanley (2007 г., 9,9%)¹⁹ и \$3 млрд в Blackstone Group (2007 г., 9,4%)²⁰, а крупнейший страховщик China Life Insurance приобрел акции первичного публичного размещения (Initial public offering IPO) компании VISA на сумму \$300 млн (2008 г., 1,5% ее акционерного капитала). Вскоре биржевые показатели указанных компаний упали на треть, покупателям пришлось наращивать свое участие в них в надежде уменьшить средние потери. Такие неосмотрительные действия подверглись резкой критике в Пекине [6].

Объединение "Гоши", что в провинции Фуцзянь юго-восточного приморья Китая, является предприятием по производству обуви марки "Сандис". Их успехи за границей зависят от качества товара и доступности цен. В интервью нашему корреспонденту руководитель представительства этого предприятия в Венгрии Сюй Лимэй рассказывает: «Наша обувь марки "Сандис" пользуются не только большой популярностью в Венгрии, но и в соседних странах. Многие бизнесмены из соседних стран, таких как Украина и Польша, приезжают сюда за нашей обувью, поскольку цена на нее не очень высокая и доступна простым людям, к тому же и качество нашей продукции тоже неплохое» [2].

Аккомодация средств за границей – одна область, в которой пытаются закрепиться китайские предприятия за границей. Например, ныне 6 китайских фирм, таких, как Пекинская акционерная компания по выработке электроэнергии и Главная китайская нефтехимическая компания, получили разрешение на эмиссию своих акций на фондовой бирже Лондона. Одновременно китайские компании занимаются аккомодацией средств через заграничные отделения китайских банков.

Скромный размер деятельности в странах Евросоюза объясняется его финансовым протекционизмом по отношению к допуску иностранных инвесторов к фондам благосостояния (пенсионным и др.). Находясь под нажимом профсоюзов и опасаясь захвата наиболее выгодных активов, их реорганизации и сокращения рабочих мест, законодатели утвердили порог долевого участия иностранцев и приняли ограничения голосующих прав при приобретении собственности. С началом кризиса дефицит ликвидности

(наличных денег) изменилось также отношение к притоку зарубежных средств: растет и заинтересованность китайских компаний.

Генеральный директор лондонского филиала Китайского банка господин Гу Жубо выдвинул следующие предложения китайским предприятиям, желающим развивать свое дело в Англии. Он говорит: «Если китайские предприятия хотят инвестировать свои средства в Англию, то надо сначала провести обследование в области конъюнктуры, финансовых дел и производства продукции; во-вторых, необходимо разбираться в местных законах, налоговой и бухгалтерской системах, необходимо вести работу по местным законам и правилам, ведь это основа существования китайского предприятия за границей; в-третьих, только в случае гармоничного вхождения в местную экономику, предприятие сможет закрепиться на местном рынке» [6].

Выводы. Большинство китайских предприятий хорошо работают за границей. Хотя между Китаем и некоторыми странами существует разница в политической, экономической, культурной и законодательной областях, это не стало преградой для развития китайских предприятий в этих странах.

Кроме того, вступление Китая в ВТО предоставило этим предприятиям еще более широкую перспективу для развития за границей. Естественно, что вначале китайским предприятиям было очень трудно за границей, но по мере знакомства с местной обстановкой, деятельность некоторых из них стала успешной. Стоит отметить и то, что, развивая дело за границей, они не должны забывать и о внутреннем рынке.

Список литературы: 1. Ли Цзи Шен Экономические реформы в Китае: Учебное пособие. – М.: дело, 2002. – 144 с. 2. Дейч Т. Л. Интеграция Китая в мировую экономику. – М.: Эдиториал УРСС, 2008. – 72 с. 3. Мировая экономика: краткий курс лекций / В.П. Воронин, Г.В. Кандакова, И.М. Подмолодина; под ред. В.П. Воронина. – 2-е изд., доп. – М.: Юрайтиздат, 2003. – 204 с. 4. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран: Учебник / под ред. В.П. Колесова. – М.: Флинта, 2000. – 480 с. 5. Международные экономические отношения: Учебник / Л.И. Евдокимов. – М.: ТК Велби, 2003. – 552 с. 6. Селищев А.С. Китайская экономика в XXI веке. – СПб.: Питер, 2011. – 240 с.

Надійшла до редколегії 15.07.2013

УДК 624.050

Китайские компании в мировой экономике / Мищенко В. А., Мозенков О. В., Лю Бо // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 115–119. Библиогр.: 6 назв.

У статті розглянуто особливості зовнішньоекономічної діяльності китайських компаній. Проаналізовано розмір інвестицій в зарубіжні підприємства. Досліджено географія геополітичного співробітництва Китаю.

Ключові слова: світові компанії, інвестиції, зовнішньоекономічна діяльність.

The article describes the features of Chinese foreign trade companies. Analyzed the size of the investment in a foreign country. Studied geography geopolitical cooperation of China.

Keywords: global companies, investments, foreign dechtelnost.

УДК 339.138

Д. Ю. ОБІДНИК, студент, НТУ «ХПІ»

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

В статті розглянуто досвід оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, показано класифікацію та взаємозв'язок існуючих методів та розроблено на цій основі єдину комплексну методику, що дозволить об'єктивно оцінити даний показник на усіх етапах життєвого циклу продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, методи оцінки, комплексний підхід, загальний показник конкурентоспроможності, життєвий цикл товару.

Вступ. Однією з актуальних проблем зарубіжної та вітчизняної економіки є управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, її вирішення визначає можливості щодо створення міцних позицій не лише на внутрішньому, а й на міжнародних ринках.

Аналіз останніх досліджень та літератури. У системі управління конкурентоспроможністю продукції її оцінка займає важливе місце. Різноманітні методичні підходи до вирішення цієї проблеми викладено у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема: Б.В.Буркинського, М.В.Коржа, Н.Н.Павлова, Т.С.Мельника, П.С.Завьялова та ін. Незважаючи на велику кількість існуючих методик оцінки конкурентоспроможності продукції, процес їхньої модифікації і створення нових підходів продовжується.

Мета досліджень, постановка проблеми. На конкурентоспроможність впливає дуже багато факторів і її можна досягти за допомогою різних, не схожих між собою підходів, вибір яких, між іншим, повинен відбуватися з урахуванням життєвого циклу продукції.

Метою статті є узагальнення досвіду оцінки рівня конкурентоспроможності продукції та розробка на цій основі єдиної комплексної методики, яка дозволить об'єктивно оцінити даний показник на усіх етапах життєвого циклу продукції.

Матеріали досліджень. Відомі методики оцінки конкурентоспроможності продукції можна об'єднати у три групи:

а) підходи, що базуються на традиційному методі оцінки конкурентоспроможності товару та описують розрахунки одиничних і групових показників.

На початку виділяють найбільш важливі для споживача характеристики товару, що, як правило, відображають співвідношення якості та ціни його споживання. Для порівняння обирається базовий зразок, що може бути еталоном

або конкурентом по відношенню до оцінюваного виробу. Для кожної характеристики розраховуються одиничні показники конкурентоспроможності.

Якщо загальний коефіцієнт конкурентоспроможності більше 1, то товар вважається конкурентоспроможним на ринку.

Серед недоліків традиційного методу слід виділити наступні:

1) при розрахунках параметрів конкурентоспроможності враховуються лише якість та ціна виробу. Не врахованими залишаються показники роботи підприємства, що також можуть впливати на рівень конкурентоспроможності його продукції, такі як конкурентоспроможність робочої сили, стан основних та оборотних фондів, маркетингова діяльність, показники рентабельності тощо;

2) крім врахування параметрів продукції, які цікавлять споживача, слід також враховувати спосіб задоволення потреби. Виробникові потрібно знати не лише чого хоче споживач, він має визначити яким чином їх задовольняти (які характеристики повинна мати продукція щоб повністю задовольняти споживача);

3) цей метод не прогнозує зміну конкурентоспроможності продукції у перспективному періоді, а тільки вимірює її на даний момент часу.

б) маркетинговий підхід передбачає необхідність врахування не лише вимог споживача до його ціни та якості при оцінці конкурентоспроможності товару, а й факторів, що визначають конкурентоспроможність усієї маркетингової діяльності підприємства. До них належать: організація сервісу, гарантійне обслуговування, оперативність постачання, репутація підприємства, популярність його торгової марки та думка про неї споживача тощо.

Існують наступні етапи оцінки конкурентоспроможності для цього підходу: визначення вимог споживачів щодо характеристик виробу; оцінка очікуваної конкурентоспроможності товару на основі характеристик, обраних покупцями; оцінка конкурентоспроможності маркетингу фірми в порівнянні з конкурентами; висновки про реальну конкурентоспроможність товару та визначення дій для її підвищення.

Товар є конкурентоспроможним якщо рівні і першої і другої з вищенаведених складових є вищими, ніж у конкурентів, і навпаки.

Якщо одна складова вище, а друга нижче, ніж у конкурента, то фірмі необхідно з'ясувати: які одиничні фактори здійснюють найбільший вплив на конкурентоспроможність товару та за рахунок чого, відповідно, її можна підвищити. Процес оцінки розбито на етапи:

1) оцінка якісних характеристик товару – класифікаційних, конструктивних, нормативних, естетичних та ергономічних параметрів;

3) оцінка вартісних показників (ціни товару, витрат споживача за весь строк експлуатації товару);

4) розрахунок індексу якісно-цінової конкурентоспроможності товару, як добуток індексу конкурентоспроможності за якісними та ціновими показниками;

5) оцінка рівня маркетингових (сервісних) факторів (термінів поставки товару, гарантійних зобов'язань продавця, сервісного обслуговування, умов оплати, ефективності реклами, іміджу виробника тощо). Автори вважають, що негативний вплив цих чинників може суттєво знизити конкурентоспроможність товару;

б) значення індексу якісно-цінової конкурентоспроможності товару (розрахованого на етапі 3) пропонується скоригувати з урахуванням впливу маркетингового середовища, тобто врахувати співвідношення на ринку попиту та пропозиції на даний товар, цінової еластичності попиту, місткості сегментів ринку, його насиченості тощо. Також пропонується визначити оптимальну ціну товару з урахуванням порівняльного рівня його конкурентоспроможності.

Оцінка конкурентоспроможності продукції на основі даного методу, з одного боку – дає можливість врахувати максимальну кількість важливих чинників, які характеризують не лише основні характеристики товару, а й здатність підприємства їх забезпечувати. З іншого боку, – подібні підходи являють собою занадто трудомісткий процес. Проте, для вирішення проблем оцінки конкурентоспроможності продукції на етапі її реалізації, вони є найбільш об'єктивними серед відомих методів і, тому, незамінними.

Недоліком подібних підходів є трудомісткість збору інформації, використання експертних методів, що підвищують суб'єктивність оцінки. Перевагами є можливість прогнозування конкурентоспроможності на майбутні періоди та встановлення факторів її зростання; а також врахування крім характеристик продукції, результатів маркетингової діяльності підприємства, яка визначає рівень конкурентоспроможності товару на етапах проектування та реалізації продукції.

в) виробничий підхід – засновано на оцінці рентабельності продажів конкретного товару та його ринкової долі. При розрахунку показника конкурентоспроможності пропонується використовувати середню геометричну від конкурентних переваг. Чим більшою є ринкова доля виробника товару і рентабельність його продажів, тим даний товар є більш конкурентоспроможним. Оскільки обидва показника – відносні величини, то автори вважають за доцільне використання середньої геометричної. Інтегральний показник розраховується для множини товарів та кожному з них присвоюється певний ранг.

Недоліком вважається те, що, навіть якщо товар не є конкурентоспроможним на ринку, фірма не може відразу визначити за якими саме параметрами вона програє конкурентові.

Результати досліджень. Узагальнюючи вищевикладене, можна сказати, що кожен із розглянутих підходів може самостійно використовуватися для оцінки конкурентоспроможності продукції на різних етапах її життєвого циклу. Комплексне їх застосування може створити методику, яка надасть можливість врахувати усі впливові чинники й об'єктивно оцінити конкурентоспроможність продукції на усіх етапах її життєвого циклу.

Застосування комплексного підходу до оцінки конкурентоспроможності продукції доцільно розбити на три етапи:

- визначення важливих для споживача характеристик товару та їх оцінка на етапі розробки та виробництва товару за допомогою традиційного підходу. Якщо на даному етапі визначений (досягнутий) рівень конкурентоспроможності товару виявився неприйнятним, то подальша його оцінка значення не має. Підприємству необхідно скоригувати якісні та/або цінові характеристики товару, з тим, щоб вони відповідали цілям конкурентної стратегії підприємства;

- якщо ж на даному етапі виробнику вдалося досягти прийнятний рівень конкурентоспроможності своєї продукції, то підтвердити це необхідно позитивними результатами оцінки маркетингової діяльності підприємства. Йдеться про врахування таких чинників, як: терміни доставки товару, гарантійні зобов'язання продавця, сервісне обслуговування, умови оплати, імідж виробника тощо.

Вищенаведені фактори порівнюються з аналогічними у конкурентів та ранжуються за ступенем важливості їх для споживача. Розраховується коефіцієнт конкурентоспроможності маркетингової діяльності фірми;

- визначення рентабельності продажів товару та його ринкової долі. Якщо при наявності високого порівнюваного рівня конкурентоспроможності товару за якісними та ціновими характеристиками, а також за рівнем маркетингової діяльності підприємства, фактичні показники рентабельності продажів та ринкової долі не відповідають очікуваним значенням, підприємству слід шукати причину цьому у негативному впливі зовнішнього безпосереднього оточення (можливо конкуренти застосовують більш ефективні методи реклами та просування своєї менш конкурентоспроможної продукції).

Висновки. Підбиваючи підсумок аналізу відомих із літературних джерел методик оцінки конкурентоспроможності продукції, слід відзначити, що всі вони мають ті або інші недоліки та переваги.

Використання кожної з них є цілком доречним у певних умовах на певних етапах життєвого циклу товару. Питання про переваги тієї або іншої групи, на нашу думку, є дискусійним. Уявляється, що відповідь на нього повинна здійснюватися на основі співставлення недоліків та переваг конкретної методики відповідно до цілей дослідження.

Більшість методик, заснованих на експертній оцінці та співставленні рівня цінових та споживчих характеристик конкуруючої продукції, є малоефективними для виявлення рівня конкурентоспроможності товарів широкого вжитку через різноманітність споживчих вимог їхніх покупців. Проте, дані методики можливо з успіхом використовувати для продукції промислово-виробничого призначення.

Підходом, що дає можливість найбільш повно оцінити рівень конкурентоспроможності продукції, є комплексний метод, який враховує найбільшу кількість факторів, що на неї впливають. Проте його застосування потребує подальшого вдосконалення пов'язаних із ним підходів та методики розрахунку.

Список літератури: 1. Буркинський Б.В. Лазарева Е.В. Конкурентоспособность продукции и предприятия . – Одесса.: ИПРЗЗИНАН Украины, 2002. – 132 с. 2. Корж М.В. Управління конкурентоспроможністю продукції в промисловій сфері. – Краматорськ.: ДДМА, 2005. – 196 с. 3. Мельник Т.С., Христофор О.Ф. Комплексна оцінка конкурентоспроможності товарів за умов сучасного ринку // Вісник ВПІ. – 2002. – №5. – С. 23-28.

Надійшла до редколегії 22.08.2013

УДК 339.138

Аналіз підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції / Обідник Д. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 120–124. Библиогр.: 3 назви.

В статті розглянуто досвід оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, показано класифікацію та взаємозв'язок існуючих методів та розроблено на цій основі єдину комплексну методику, що дозволить об'єктивно оцінити даний показник на усіх етапах життєвого циклу продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, методи оцінки, комплексний підхід, загальний показник конкурентоспроможності, життєвий цикл товару.

В статті розглянуто досвід оцінки рівня конкурентоспроможності продукції, показано класифікацію та взаємозв'язок існуючих методів та розроблено на цій основі єдину комплексну методику, що дозволить об'єктивно оцінити даний показник на усіх етапах життєвого циклу продукції.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, методи оцінки, комплексний підхід, загальний показник конкурентоспроможності, життєвий цикл товару.

УДК 338.1

Ю. А. ПАРФІНЕНКО, студентка, ХНУБА, Харків;

К. І. МЕЛЬНИКОВА, канд. екон. наук, проф., ХНУБА, Харків.

ВИЗНАЧЕННЯ РЕЗЕРВІВ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У роботі розкривається важливість питання визначення резервів зниження собівартості продукції підприємства з метою підвищення ефективності його діяльності на прикладі підприємства з виготовлення будівельної продукції.

Ключові слова: резерви, собівартість, ефективність.

Вступ Підприємствам, які працюють в сучасних ринкових умовах, постійно потрібно відстежувати будь – які зміни, що відбуваються у галузі в якій вони працюють. Рівень конкуренції, що має місце в конкретній галузі, визначає як саме швидко організаціям потрібно реагувати на дії конкурентів. Необхідність покращувати свою продукцію у якості, дизайні, ціні та іншому є однією із задач що стоять перед підприємством. Тому кожний керівник вирішує яким шляхом будуть вирішуватися ці завдання. Саме з цих причин стає актуальним питання виявлення резервів зниження собівартості продукції не погіршуючи її якість, та тим самим покращуючи ефективність роботи підприємства.

Аналіз останніх досліджень та літератури Питанням виявлення резервів зниження собівартості продукції займаються такі вчені та науковці, як Савицька Г. В., Волков О. І., Попович П. Я., Амельченко Т. В., Захарченко М. В та інші. У своїх роботах вони висвітлюють можливі фактори та джерела зниження собівартості продукції. Для кожного підприємства шлях зниження собівартості є індивідуальним та залежить від умов та галузі у якій працює підприємство.

Мета досліджень, постановка проблеми. На сьогоднішній день не кожне підприємство в змозі вчасно прореагувати на зовнішні фактори впливу на свою діяльність. Можливість не втратити свої позиції серед конкурентів або навіть покращити їх залежить від керівництва організації. Виявлення резервів підприємства є однією з основних задач керівництва організації, бо вчасне зниження витрат за статтями калькуляції собівартості може надати можливість покращення позицій серед конкурентів. Саме тому, на прикладі підприємства, що виробляє продукцію для будівельної галузі, проаналізуємо можливі шляхи виявлення резервів зниження собівартості продукції.

Матеріали досліджень. Будь-яке підприємство у своїй господарсько – виробничій діяльності використовує матеріали, сировину, енергію, виплачує робітникам заробітну платню, нараховує амортизацію, сплачує відрахування до бюджету та здійснює інші необхідні витрати. Для того щоб порахувати суму всіх витрат на виготовлення продукції, їх потрібно звести до загального грошового виразу. Цим виразом і є собівартість.

Собівартість продукції (робіт, послуг) є комплексним показником, на основі якого можна говорити про ефективність використання підприємством різних видів ресурсів, а також про рівень організації праці на підприємстві. Собівартість продукції знаходиться у взаємозв'язку з показниками ефективності виробництва. Вона відображає більшу частину вартості продукції та залежить від зміни умов виробництва та реалізації продукції [1, с. 267].

Аналіз структури собівартості дає можливість оцінити частку окремих видів витрат у загальній їх сумі, та таким чином зорієнтуватися у процесі пошуку резервів зниження собівартості.

Резерви зниження собівартості продукції – це кількісно визначені можливості економії витрат людської та уречевленої праці. Резерви зниження собівартості можна виявляти на ранніх стадіях життєвого циклу виробів і у процесі виробництва [2, с. 157].

Основними джерелами резервів зниження собівартості промислової продукції є [3, с. 255]:

1) збільшення обсягу її виробництва за рахунок повнішого використання виробничих потужностей підприємства;

2) скорочення витрат на її виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, ощадливого використання сировини, матеріалів, електроенергії, палива, обладнання, запобігання невиробничим витратам, виробничому браку і т. д.

Резерви збільшення виробництва продукції виявляють у процесі аналізу виконання виробничої програми. При збільшенні обсягу виробництва продукції на наявних виробничих потужностях зростають тільки змінні витрати (пряма зарплата робітників, прямі матеріальні витрати і т. ін.), сума ж постійних витрат, як правило, не змінюється, унаслідок чого знижується собівартість виробів.

Резерви скорочення витрат визначають за кожною статтею витрат за рахунок конкретних інноваційних заходів (упровадження нової, прогресивнішої техніки і технології виробництва, поліпшення організації праці тощо), що будуть сприяти економії заробітної плати, сировини, матеріалів, енергії і т. д.

На прикладі підприємства, що виготовляє силікатну цеглу, розглянемо можливі резерви зниження собівартості продукції та проаналізуємо за рахунок чого можна скоротити витрати.

Виробнича собівартість одиниці матеріалів і ресурсів: вапно негашене – 543 грн./ т; електроенергія – 1,13 грн./ кВт × год.; пара – 175 грн./ т; стиснене повітря – 1,34 грн./ м³.

Таблиця. Розрахунок вартості матеріалів і ресурсів на 1000 шт. умовної цегли.

Показники	Розрахунок	Питома вага статті витрат у собівартості продукції
Вапно негашене	0,312 т. × 543 грн./ т. = 169,42 грн.	17, 28%
Пісок	3, 276 т. × 112 грн./ т. = 366,91 грн.	37, 42%
Газ	115 м ³ / год. × 2,9 грн./кВт × год = 333,5 грн.	34, 01%
Пара	0, 4 т. × 175 грн./ т. = 70 грн.	7, 14%
Стиснене повітря	30 м ³ × 1, 34 грн. = 40,2 грн.	4, 09%
Всього	980,5 грн./ 1000 шт.	

За результатами таблиці видно, що вапно негашене та пісок займають велику частку статей витрат. Газ та пара також у розрахунку на 1000 умовних цеглин мають достаньо великі витрати. Тому рішенням у цьому питанні може стати модернізація старих котельних пальників більш новими. Таке рішення обумовлене тим, що комплексна автоматика пальника дозволяє миттєво реагувати на незначні зміни у використанні пари та точно витримувати рівень тиску.

При номінальному навантаженні на конкретний пальник використання газу складає $115 \text{ м}^3/\text{год.}$, 5% економії від цих витрат складає $6 \text{ м}^3/\text{год.}$ При роботі котла – 8 годин на добу та 22 робочі дні на місяць економія природного газу складає $6 \times 8 \times 22 = 1056 \text{ м}^3/\text{місяць}$. При вартості природного газу 2,9 грн. за 1 м^3 економія на місяць складе $1056 \times 2,9 = 3062,4$ грн./місяць. Також заміна вентилятора з потужністю електродвигуна 7,5 кВт на вентилятор з потужністю двигуна 5 кВт дозволить економити 2 кВт електроенергії на годину. При роботі котла – 8 годин на добу та 22 дні на місяць економія електроенергії складає $2 \times 8 \times 22 = 352$ кВт/місяць. При вартості електроенергії для підприємств 3,5 грн./кВт економія складає $352 \times 3,5 = 1232$ грн.

Таким чином, можна скоротити статті витрат «Газ», «Пара» та «Стиснене повітря» та знизити собівартість 1000 умовних штук цегли силікатної. При цьому підприємство має певний конкурентний запас для зниження ціни на продукцію у порівнянні із конкурентами, а до того моменту підвищення рентабельності своєї продукції.

Результати досліджень. У ході практичного ознайомлення із калькуляцією витрат, було досягнуто мети статті та виявлено резерви за рахунок яких можна знизити собівартість виготовлюваної продукції.

Висновки. Проаналізувавши теоретичні відомості про можливості виявлення резервів зниження собівартості, та на прикладі підприємства розглянувши складові статті витрат із яких складається собівартість, можна дійти до висновку, що виявлення резервів підприємства є обов'язковою складовою його роботи. За рахунок зниження собівартості продукції підприємство може не лише скоротити свої витрати та підвищити ефективність своєї роботи, а й мати запас конкурентоспроможності своєї продукції перед аналогічною продукцією конкурента.

Список літератури: 1. *Азрилиян А.М.* Великий економічний словник. / Під ред. А.М.Азрилияна. – М.: Інститут нової економіки, 1999.-1248с. 2. *Попович П. Я.* Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. / *Попович П. Я.* Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання. Підручник.–Тернопіль: Економічна думка, 2001.-365с. 3. *Савицька Г.В.* Економічний аналіз діяльності підприємства. / *Савицька Г.В.* Економічний аналіз діяльності підприємства. Навчальний посібник – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.-662с. 4. *О. И. Волков* Экономика предприятия (фирмы)/ Экономика предприятия (фирмы): Учебник/Под ред. проф. О. И. Волкова и доц. О.В. Девяткина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 601с. 5. *Т. В. Амельченко.* Выявление резервов снижения

себестоимости продукции на предприятии / Т.В. Амельченко, М.В. Захарченко // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 161. – С. 9-11. – Библиогр.: 4 назв. – рос.

Надійшла до редколегії 30.05.2013

УДК 338

Визначення резервів зниження собівартості з метою підвищення ефективності діяльності підприємства / Парфіненко Ю. А., Мельникова К. І. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 124–128. – Библиогр.: 5 назв.

В работе раскрывается важность вопроса определения резервов снижения себестоимости продукции предприятия с целью повышения эффективности его деятельности на примере предприятия по производству строительной продукции.

Ключевые слова: резервы, себестоимость, эффективность.

Article investigates importance of determination of cost reduction reserves for the purpose of increase of enterprise efficiency on the example of a construction company.

Keywords: reserves, cost value, efficiency.

УДК 658.012.67.12

М. А. РАЗИНА, магистрант, НАУ им. Жуковского «ХАИ», Харьков

ОЦЕНИВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В работе предложены методы оценивания уровня экономической безопасности предприятий угольной промышленности. Оценивание уровня экономической безопасности производится на примере обособленного Подразделения «Шахты «Партизанская» Государственного Предприятия «Антрацит». Экономическая безопасность рассматривается как интегральный показатель. Основными составляющими экономической безопасности предприятия являются: ресурсная, технико-технологическая, финансовая, социальная безопасность. Каждая из составляющих оценивается с помощью ряда качественных или количественных показателей-индикаторов. В угольной промышленности для оценки уровня экономической безопасности используется рейтинг шахты. Аттестация и ранжирование шахт по уровню экономической безопасности позволяет эффективнее управлять деятельностью предприятия, выбирать наиболее перспективные направления государственной политики в отношении угольной промышленности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угольная промышленность, интегральный показатель, конкурентоспособность, шахта, инвестиционная привлекательность

Введение. Деятельность отечественных субъектов хозяйствования осуществляется в условиях повышенной агрессивности и неопределенности внешней среды, что оказывает влияние на состояние их экономической безопасности. Кризисное состояние, в котором находится угольная промышленность Украины, требует принятия ряда неотложных мер по финансовой стабилизации отрасли. Наиболее остро стоит вопрос о закрытии нерентабельных, бесперспективных шахт. Ликвидация угледобывающих предприятий должна осуществляться на основе продуманной стратегии с учётом факторов как экономического, так и неэкономического характера. Для определения рациональных масштабов этого процесса, а также формирования государственной политики в отношении угольной промышленности актуальной

проблемой является разработка методов оценки экономической безопасности угледобывающих предприятий и отрасли в целом.

Цель исследования, постановка задачи. Теоретики и практики уделяют значительное внимание вопросам оценки различных аспектов экономической безопасности [1, 4, 6, 7, 9, 10, 12, 13]. Однако на сегодняшний день недостаточно разработанной и требующей дальнейших исследований является область формирования методик оценки экономической безопасности предприятий с учетом их отраслевой принадлежности.

Цель статьи заключается в усовершенствовании методики оценки уровня экономической безопасности угледобывающего предприятия.

Экономическая безопасность предприятия – сложная и многогранная экономическая категория, которая включает в себя ряд составляющих. Одним из элементов методики комплексной оценки является обоснование набора составляющих экономической безопасности и системы соответствующих показателей их оценки с учетом отраслевой специфики.

Категория "экономическая безопасность" сравнительно недавно появилась в понятийном аппарате экономической науки. Как всякое новое понятие она ещё не имеет общепризнанного толкования. Применительно к предприятию её рассматривают как интегральную оценку ресурсного потенциала и степени защищённости предприятия от отрицательного действия внешней среды [5,10]. В ней находят отражение, как элементы диагностики текущего состояния, так и прогноз будущих рисков и угроз.

Основными составляющими экономической безопасности предприятия являются: ресурсная, технико-технологическая, финансовая, социальная безопасность [5]. Каждая из составляющих оценивается с помощью ряда качественных или количественных показателей-индикаторов. Экономическая безопасность, хотя и может считаться интуитивно понимаемой категорией, количественное выражение для неё пока что не найдено. Определённые шаги в этом направлении сделаны в работе [2], авторы которой предлагают рассчитывать показатель уровня экономической безопасности на основе экспертных оценок. Конечно, такой подход страдает большой долей субъективизма. Оценка уровня экономической безопасности является отправным пунктом стратегического планирования, показателем инвестиционной привлекательности и надёжности предприятия, характеристикой его жизнеспособности. Особенно она важна в "проблемных" отраслях, переживающих кризис.

Решение проблемы. В угольной промышленности оценкой уровня экономической безопасности может служить рейтинг шахты, рассчитанный по совокупности единичных критериев. Он определяется либо как статический показатель – "мгновенная фотография" положения дел на предприятии, либо как

динамический – с учётом прогнозируемого изменения единичных критериев в будущем. Рейтинг шахты характеризует её конкурентоспособность по отношению к другим предприятиям отрасли, а сила конкурентной позиции как раз и является наилучшим показателем безопасности в условиях рынка.

Рейтинг шахты предлагается рассчитывать в баллах по следующей формуле:

$$P = \lambda_1 K_1 + \lambda_2 K_2 + \lambda_3 K_3 + \lambda_4 K_4, \quad (1)$$

где K_1, K_2, K_3, K_4 – соответственно показатели ресурсной, технико-технологической, финансовой и социальной безопасности, баллы;

λ_i – веса, $\sum \lambda_i = 1$ (вес каждого показателя может быть установлен экспертным путём либо задан в виде норматива, в простейшем случае предлагается принимать $\lambda_1 = \lambda_2 = \lambda_3 = \lambda_4 = 0.25$).

$$0 < K_i = \sum k_{ij} < 1, \quad (2)$$

где k_{ij} – значение j -ого единичного критерия (индикатора) i -ого показателя безопасности, доли ед.

В работе [3] классифицируют единичные критерии k_{ij} на две группы: стимуляторы и дестимуляторы. В теории таксономии принято: если наилучшими значениями показателей (единичных критериев) являются их максимальные значения, то эти показатели называются стимуляторами. Если же наилучшими значениями являются минимумы, то показатели (единичные критерии) называются дестимуляторами. Значения единичных критериев рассчитывается следующим образом:

– для стимуляторов:

$$k_{ij} = h_{ij} / h_{ij}^{\circ}, \quad (3)$$

– для дестимуляторов:

$$k_{ij} = h_{ij}^{\circ} / h_{ij}, \quad (4)$$

где h_{ij} – фактическое значение j -ого единичного критерия i -ого показателя на предприятии;

h_{ij}° – эталонное значение j -ого единичного критерия i -ого показателя.

В качестве базы для сравнения могут использоваться нормативные (рекомендуемые) или прогрессивные значения по группам шахт (соответственно, максимальные для стимуляторов и минимальные для дестимуляторов). Для выбора эталона угледобывающие предприятия целесообразно группировать по геолого-промышленным районам, в пределах которых горно-геологические условия примерно одинаковы

Для шахты «Партизанская» было выбрано два ближайших конкурента – шахта №1 и шахта №2, которые находятся в г. Ровеньки [14].

Ресурсная безопасность шахт зависит от количества и качества, находящихся в их распоряжении запасов полезного ископаемого, трудовых и материальных ресурсов.

Технико-технологическая безопасность определяется степенью технического совершенства средств труда и показателями эффективности использования ресурсов.

Финансовая безопасность оценивается по показателям финансовой устойчивости угледобывающих предприятий и независимости их от внешних источников финансирования

Сравнительный анализ составляющих экономической безопасности данных предприятий представлено в таблице 1.

Предложенные критерии экономической безопасности отражают спектр проблем, накопившихся в отрасли.

Рассмотрев таблицу 2, можно сделать вывод, что шахта Партизанская имеет наименьший рейтинг среди ближайших конкурентов, но он приближается к единице.

Рассчитанные с их помощью рейтинговые оценки позволят проранжировать угледобывающие предприятия по уровню "жизнеспособности". Шахты с наименее низким рейтингом попадают в группу риска и подлежат закрытию в первоочередном порядке. Многокритериальная оценка экономической безопасности исключает односторонность в принятии решений о ликвидации угледобывающих предприятий. Превалирующая точка зрения, что закрывать шахты нужно только по критерию финансовых результатов их работы, не может считаться обоснованной.

Наиболее жизнеспособные шахты с высоким рейтингом целесообразно объединить с последующими технологическими звеньями для создания технологических цепочек "уголь-кокс-металл", "уголь-электроэнергия". Необходимость этого шага диктуется, с одной стороны, мировым опытом, с другой – объективными выгодами, которые могут быть получены от такого объединения в наших условиях:

1. Преодоление кризиса неплатежей между поставщиками и потребителями ресурсов, укрепление на этой основе финансовой дисциплины.

2. Создание производственных комплексов, имеющих на выходе конкурентоспособную продукцию.

3. Финансирование убыточной угледобычи в порядке перераспределения прибыли.

4. Концентрация капитала и на этой основе оптимизация инвестиционного процесса.

Таблица 1 – Показатели ресурсной безопасности

Показатель	Весовой коэффициент	Относительные показатели с учетом весового коэффициента			
		Партизаская	ШАХТА №1	ШАХТА №2	Гипотетическая
Показатели ресурсной безопасности					
Срок отработки промышленных запасов, лет	0,067	0,067	0,067	0,020	0,067
Среднединамическая мощность разрабатываемых пластов, м	0,067	0,067	0,050	0,056	0,067
Коэффициент технологической ценности добываемых углей, доли ед.	0,067	0,038	0,067	0,048	0,067
Степень износа основных производственных фондов, %	0,067	0,0333	0,067	0,04	0,067
Удельный вес машин и механизмов требующих замены в общем парке действующего оборудования:					
а) стационарного, %	0,067	0,042	0,045	0,067	0,067
б) очистных забоев, %	0,067	0,0278	0,0667	0,0360	0,067
в) подготовительных забоев, %	0,067	0,049	0,0533	0,067	0,067
г) транспортного, %;	0,067	0,066	0,066	0,066	0,067
Коэффициент обеспеченности основными видами материалов:					
а) лесными, %	0,067	0,066	0,066	0,066	0,067
б) взрывчатыми, %	0,067	0,062	0,066	0,058	0,067
в) долгослужащими, %	0,067	0,066	0,063	0,066	0,067
г) МБП, %	0,067	0,062	0,066	0,06	0,067
д) запасными частями для текущего ремонта, %	0,067	0,065	0,066	0,06	0,067
е) топливом и ГСМ, от нормативной потребности, %	0,067	0,066	0,065	0,06	0,067
Коэффициент обеспеченности трудовыми ресурсами:					
а) уководителями, специа листами и служащими	0,067	0,063	0,066	0,06	0,067
ВСЕГО	1	0,844	0,944	0,85	1,00
Показатели социальной безопасности					
Средняя заработная плата, грн. в месяц	0,125	0,087	0,13	0,096	0,125
Задолженность по выплате зарплаты, % от фонда оплаты труда за соот ветствующий период	0,125	0,125	0,125	0,125	0,125
Удельный вес лиц, получающих выплаты по регрессным искам в связи с профзаболеваниями и производственным травматизмом, в общей численности промышленно-производственного персонала предприятия, %;	0,125	0,089	0,115	0,125	0,125
Задолженность по выплате регрессных исков, % от начисленной суммы	0,125	0,125	0,125	0,125	0,125
Стоимость объектов социальной сферы в общей стоимости основных фондов предприятия, %	0,125	0,092	0,125	0,103	0,125
Удельный вес молодых специалистов в составе аппарата управления, %	0,125	0,079	0,125	0,092	0,125
Средний возраст работников предприятия, лет	0,125	0,11	0,108	0,125	0,125
Текучесть кадров, % от среднесписочной численности промышленно- производственного персонала	0,125	0,089	0,125	0,069	0,125
ВСЕГО	1,000	0,799	0,97	0,861	1

Окончание таблицы 1

Показатель	Весовой коэффициент	Относительные показатели с учетом весового коэффициента			
		Партизанская	ШАХТА №1	ШАХТА №2	Гипотетическая
Показатели финансовой составляющей					
Процент покрытия издержек оптовой ценой	0,2	0,096	0,2	0,148	0,2
Коэффициент автономии, доли ед.	0,2	0,171	0,2	0,164	0,2
Коэффициент общей ликвидности, доли ед.	0,2	0,107	0,2	0,164	0,2
Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками, доли ед.	0,2	0,1678	0,2	0,1725	0,2
Наличие собственных оборотных средств в процентах от совокупного норматива, %	0,2	0,185	0,191	0,2	0,2
ВСЕГО:	1	0,726	0,991	0,849	1
Показатели технико-технологической составляющей					
Суточная нагрузка на шахту, т	0,083	0,05	0,08	0,034	0,083
Уровень освоения производственной мощности, %	0,083	0,059	0,059	0,049	0,083
Продолжительность периода работы после ввода в эксплуатацию или последней реконструкции, лет	0,083	0,0163	0,0163	0,083	0,083
Отставание подъёмного горизонта по вертикали от горных работ, м	0,083	0,0694	0,0694	0,083	0,083
Глубина разработки, м	0,083	0,053	0,053	0,078	0,083
Протяжённость поддерживаемых горных выработок, м	0,083	0,083	0,083	0,0587	0,083
Зольность добываемых углей, %	0,083	0,08	0,08	0,08	0,083
Уровень добычи из КМЗ, %	0,083	0,067	0,067	0,061	0,083
Удельный вес оборудования нового технического уровня:					
а) на очистных работах	0,083	0,0667	0,067	0,083	0,083
б) на подготовительных работах	0,083	0,052	0,054	0,065	0,083
в) на подземном транспорте, %	0,083	0,076	0,076	0,083	0,083
Производительность труда рабочих по добыче, т / чел. в год	0,083	0,06	0,06	0,074	0,083
ВСЕГО	1,000	0,74	0,77	0,834	1,00

Таблица 2 – Расчет рейтинга шахт

Наименование шахты	Ресурсная безопасность	Технико-экономическая безопасность	Финансовая безопасность	Социальная безопасность	Рейтинг шахты
Партизанська	0,844	0,738	0,726	0,799	0,777
ШАХТА №1	0,944	0,773	0,99	0,974	0,9199
ШАХТА №2	0,849	0,834	0,849	0,861	0,848
ШАХТА №3	1	1	1	1	1
Весовой коэффициент	0,25	0,25	0,25	0,25	1

Последнее требует включения в состав промышленных объединений финансовых институтов, таких как банки, страховые компании, инвестиционные фонды. Промышленно-финансовые группы обладают на рынке большим запасом

надёжности и уровнем экономической безопасности, благодаря сосредоточению крупных людских и материальных ресурсов. В перспективе они могут стать достойными конкурентами на мировом рынке.

Выводы. Таким образом, в статье приведена методика оценки уровня экономической безопасности угледобывающего предприятия, которая учитывает отраслевую специфику субъектов хозяйствования. Приведенные результаты апробации методики подтверждают ее широкое практическое применение. Использование данной методики позволит более эффективно управлять предприятиями и осуществлять действия, направленные на предупреждение угроз их деятельности. Аттестация и ранжирование шахт по уровню экономической безопасности необходимы для разработки государственной политики в отношении угольной промышленности, выбора приоритетных направлений реструктуризации и финансового оздоровления отрасли.

Список литературы: 1. *Ареф'єва, О. В.* Планування економічної безпеки підприємств [Текст]: моногр / О. В. Ареф'єва, Т. Б. Кузенко. – К Вид-во Європейського університету, 2004.– 170 с. 2. *Баканов М. И.* Теория экономического анализа [Текст] : учебник / М. И Баканов , А. Д Шеремет – М.: Финансы и статистика, 1997.– 416 с. 3. *Гойцман Э. И.* Прогноз технико-экономических показателей на угледобывающих предприятиях [Текст] / Э. И Гойцман Т. Л Кормщикова, Л. Ф. Курнина. – М.: Недра, 1989. – 126 с. 4. *Геєць, В. М.* Моделювання економічної безпеки: держава, регіон, підприємство [Текст]: моногр. / В. М Геєць., М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2006.– 240 с. 5. *Ильяшенко С. Н.* Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке [Текст] / С. Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки.– 2003.–№ 3.– С. 12 – 19. 6. *Ковалёв Д.* Экономическая безопасность предприятия [Текст] / Д. Ковалёв // Экономика Украины. – 1998. – №10. – С. 48-52 7. *Ковалев Д.* Количественная оценка уровня экономической безопасности предприятия // Экономика Украины. – 2001. – 4. – С. 35–40. 8. *Козаченко А. В.* Предприятия: сущность и механизм ее обеспечения [Текст] / А. В. Козаченко, В. П Пономарев. – К.: Либра, 2003.– 280 с. 9. *Олейникова Е. А.* Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) [Текст]. / Е. А. Олейникова. – М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1997. – 288 с. 10. *Е. А. Олейников.* Экономическая и национальная безопасность [Текст]: учебник / Е. А Олейников.– М.: Изд-во «Экзамен», 2005.– 768 с. 11. *Турило А. М.* Методика оцінки виробничої безпеки підприємства [Текст]/ А. М Турило, С. В. Капітула // Актуальні проблеми економіки.– 2007.– № 3.– С. 137 – 143. 12. *Чигринська О. С.* Теорія економічного аналізу [Текст]: навч. посібник / О. С Чигринська, Т. М. Власюк. – К.: Центр навчальної літератури, 2006.– 232 с. 13. *Швиданенко Г. О.* Сучасна технологія діагностики фінансово-економічної діяльності підприємства [Текст]: моногр / Г. О. Швиданенко, О. І Олексюк – К.: КНЕУ, 2002.– 192 с. 14. *Официальный сайт ГП «Антрацит»* [Электронный ресурс] / ГП «Антрацит». – Режим доступа: – <http://grantratsit.com.ua/page> – 10.06.2013 г

Надійшла до редколегії 30.05.2013

УДК 338

Оценивание экономической безопасности предприятий угольной промышленности / Разина М. А. //Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 128–135. – Бібліогр.: 13 назв.

У роботі запропоновано методи оцінювання рівня економічної безпеки підприємств вугільної промисловості. Оцінювання рівня економічної безпеки здійснюється на прикладі відокремленого підрозділу «Шахта» Партизанська »Державного Підприємства« Антрацит ». Економічна безпека розглядається як інтегральний показник. Основними складовими економічної безпеки підприємства є: ресурсна, техніко-технологічна, фінансова, соціальна безпека. Кожна зі складових оцінюється за допомогою ряду якісних або кількісних показників-індикаторів. У вугільній промисловості для оцінки рівня економічної безпеки використовується рейтинг шахти. Атестація і ранжування шахт за рівнем економічної безпеки дозволяє ефективніше керувати діяльністю підприємства, вибирати найбільш перспективні напрямки державної політики щодо вугільної промисловості.

Ключові слова: економічна безпека, вугільна промисловість, інтегральний показник, поодинокі критерії, конкурентоспроможність, шахта, інвестиційна привабливість.

This paper describes methods for estimating the level of economic security of the coal industry. Estimating level of economic security is made by the example of the separate units "Mine" Guerrilla "State Enterprise" Anthracite ". The main components of economic security are: resource, technical and technological, financial, and social security. Each of the components is evaluated using a series of qualitative and quantitative indicators. In the coal industry assessment of the level of economic security can serve as a rating of the mine. Qualification and ranking the mines on level of economic safety allows effectively to control activity of the enterprise, choose the most perspective directions state policy in respect of coal industry.

Keywords: economic safety, coal industry, integral factor, competitiveness, mine, investment attractiveness.

УДК 334.758

Ю. Л. РИБИЦЬКА, аспірантка, НТУ «ХПІ»

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПРИЧИН, ЯКІ ВПЛИВАЮТЬ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЦЕСУ ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ КОМПАНІЙ

В статті проаналізовані основні причини невдач, які виникають у процесі інтеграції компаній та надані пропозиції щодо поліпшення ефективності проведення угод злиття та поглинання.

Ключові слова: злиття та поглинання, угода, інтеграція, структура, Due diligence.

Актуальність теми дослідження полягає в тому, що угоди злиттів і поглинань відкривають перед бізнесом незаперечні переваги. Реалізація угод М&А дозволяє у відносно короткий термін успішно вирішувати завдання як по розширенню діяльності, так і щодо підвищення її ефективності, сприяючи виходу компаній на нові ринки, зміцненню ринкових позицій, збільшенню доданої вартості, оптимізації і зниженню витрат, усунення неефективності управління, забезпечення доступу до передових технологій, ефективного інвестування вільних грошових коштів та інше. Однак несучи в собі широкий спектр стратегічних можливостей і перспектив зростання вартості компанії, угоди М & А одночасно можуть стати причиною і руйнівного ефекту для їх учасників.

Метою статті є аналіз причин невдач, що виникають у процесі злиття та поглинання підприємств до та після укладання угоди.

Викладення основного матеріалу. Програми злиттів і поглинань, що дозволяють «гравцям» вирішувати багато стратегічних завдань: посилення ринкових позицій, здійснення диверсифікації діяльності, розширення географії, перехід на нові торгові технології – вимагають ретельного опрацювання і вельми обачного підходу. Необхідно розуміти, що сприятлива первинна реакція ринку аж ніяк не означає в підсумку остаточний успіх злиття. В одних випадках виграють акціонери придбаної компанії, в інших – компанії, що придбається, а в

третіх – програють і ті, і інші. Компанії роблять помилки і прорахунки на всіх основних етапах злиття або поглинання: у виборі об'єкта, у проведенні угоди і в управлінні інтеграцією

Процес інтеграції компаній можна розділити на три етапи: передпродажна інтеграція, проведення угоди та післяпродажна інтеграція. Тому при прийнятті рішень щодо інтеграції компаній необхідно виділити та проаналізувати основні причини, які можуть виникнути на кожному з цих етапів та несприятливо вплинути на очікуваний результат до та після укладання угоди (рис.).

Конфлікт інтересів. Конфлікт інтересів може виникнути ще до початку формальних переговорів, коли представники компанії будуть розглядати можливість злиття чи поглинання. В цей момент з'являються наступні питання: «Хто і скільки виграє в результаті угоди?», «Хто буде керувати новою компанією, що виникла в результаті злиття та поглинання?». Більш того, ініціатори угоди розуміють, якщо угода зірветься, сьогоднішні партнери завтра стануть добре проінформованими конкурентами.

Також джерелом конфліктних ситуацій може стати виплата грошових коштів акціонерам. Менеджери можуть вже не діяти найкращим чином в інтересах своїх акціонерів. Їх основним спонукальним мотивом є власні інтереси, які зовсім не обов'язково повинні збігатися з інтересами акціонерів.

У результаті конфлікту інтересів виникають агентські витрати у вигляді зловживань менеджерів і використання корпоративного майна в особистих цілях (невиправдані відрядження, завищені представницькі витрати та ін.)

Для того щоб уникнути даних проблем необхідно залучити до переговорів незалежну команду експертів. Команда може детально проаналізувати різні аспекти угоди та надати об'єктивну думку стосовно очікуваного M&A.

Відсутність продуманої стратегії M&A. На етапі прийняття рішення про проведення злиття чи поглинання важно приділити увагу формуванню стратегії. Відсутність продуманої стратегії може відобразитися наступними моментами: неправильний вибір напрямку розвитку компанії (консолідація активів вимагає «тонкого налаштування» за багатьма параметрами), неадекватне визначення необхідного ступеня зв'язку між компаніями (негативний ефект може бути пов'язаний з вибором занадто дорогого шляху вирішення проблеми), неправильний вибір цільового об'єкта покупки (мають значення два моменти – співвідношення ціни покупки і одержуваних вигод у кожному випадку, а також відмінності в процедурах по здійсненню угоди для компанії-покупця), помилка у виборі стратегічного партнера для злиття чи поглинання, невірна оцінка привабливості підприємства.

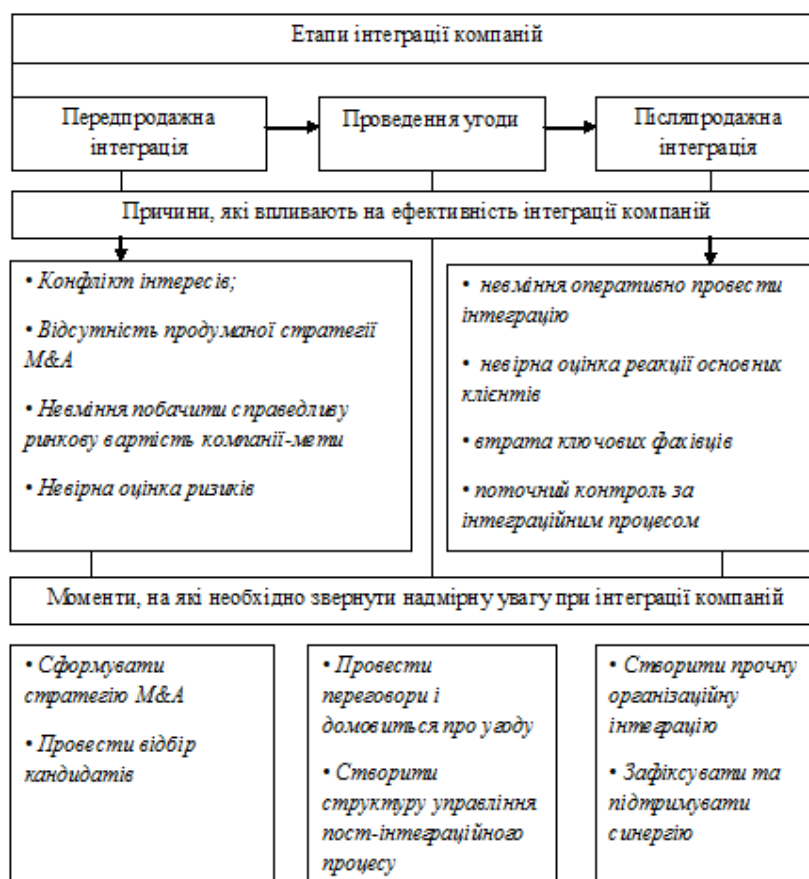


Рис. – Причини невдач інтеграції компаній

Невміння побачити справедливу ринкову вартість компанії-мети. Оцінка вартості компаній потрібна важлива для правильного розуміння ефективності угоди, що планується, незалежно від її кінцевого виду. На її основі формується пропозиція щодо покупки чи злитті шляхом обміну акцій. Самий значний вплив оказують обставини угод, і бар'єри для успішних злиттів та поглинань значні. Якщо навіть і є можливість придбати контроль над успішною компанією, то процес вдалого і вигідного поглинання надзвичайно складний, помилки у прогнозах, процесі переговорів та визначенні ціни угоди можуть привести до втрати її ефективності.

Без ризиків не обходиться жодна угода злиття та поглинання. Вони можуть бути доволі нешкідливими чи які можна легко уникнути, та можуть бути і критичними. Якщо перші – гарний аргумент на користь зниження договірної вартості об'єкту покупки, то інші можуть стати приводом для відмови від угоди. Завчасне виявлення ризиків дозволяє в тому або іншому ступені ними управляти.

Невірна оцінка ризиків. Щоб уникнути ризиків з якими може зіткнутися компанія доречно використовувати процедуру Due diligence. Основою метою Due diligence є аналіз поточної та минулої діяльності компанії-цілі та виявлення та мінімізація юридичних, фінансових та податкових ризиків, пов'язаних з цією

діяльністю. Витрати на проведення такої перевірки доволі істотні, але вони можуть бути непорівнянні із збитками, понесеними у випадку, якщо угода була здійснена, але згодом розкрилися істотні ризики, про які не було відомо заздалегідь.

Невміння оперативно провести інтеграцію. Для того щоб інтеграція пройшла успішно, необхідно розробити чіткий бізнес-план, якому буде визначено подальший напрям діяльності компанії (до здійснення самої угоди) та етапи інтеграції. У цей план повинні бути внесені всі зміни, які будуть відбуватися у компанії, обґрунтовані шляхи підвищення доходів, скорочення витрат, зміна клієнтської бази та етапи реструктуризації. Це одним ключовим фактором успіху інтеграції є швидкість її проведення та впровадження цього плану. Цей термін може залежити від багатьох чинників, і як правило, інтеграція компанії повністю може відбутися через півтора-два роки, а іноді три роки. Однак приступати до перебудови роботи підприємства необхідно в найкоротші терміни.

Все залежить від досвіду і кваліфікації співробітників компанії-покупця і від того, яка робота була виконана на етапі підготовки угоди. Успіх угоди багато в чому залежить від дій керівництва в перші сто днів після оголошення угоди. Саме за цей короткий час треба зробити все найважливіше для інтеграції двох компаній. Доволі часто керівництво так захоплено самою угодою, що вже не в змозі планувати свої дії після її оголошення. Але в цей період топ-менеджери повинні максимально діяти: вони повинні оформити угоду, переконати акціонерів у правильності обраної стратегії, провести переговори з регулюючими органами. Чим довше затягуються переговори, тим більше зростають витрати, що пов'язані з угодою, а можливості компанії реалізувати синергічні ефекти зменшуються чи зовсім зникають.

Невірна оцінка реакції основних клієнтів. Часто М&А для поглинаючої компанії дає можливість істотно збільшити клієнтську базу. Але при опитуванні більше 1000 керівників компаній із 57 країн та близько 20 секторів економіки було виявлено, що 7% респондентів назвали основною причиною, завдяки якій компаніям не вдалось отримати очікуваний позитивний ефект – втрату клієнтів [7]. При злитті та поглинанні клієнти – одна з головних зон ризику, оскільки вони відчують на собі негативні зміни. Для того, щоб уникнути проблеми пов'язаної з втратою клієнтів необхідно підвищити лояльність клієнтів за допомогою спеціальних програм: виявити ключових клієнтів та розробити схему постійної взаємодії з ними керівництва компанії.

Втрата ключових фахівців. Зниження лояльності персоналу, тобто негативне сприйняття змін, що в свою чергу створює моральне напруження в суспільстві, в результаті якого зменшується продуктивність праці об'єднаної

компанії. Неграмотно проведені угоди з злиття та поглинання можуть призвести до втрати персоналу обох компаній. В результаті значно знижується науково-технічний потенціал новоствореної структури, адже співробітники йдуть зі своїми когнітивними знаннями та технологічними навичками роботи.

Причини опору корпоративним змінам можуть бути різні: загальна неготовність людей до змін, нерозуміння чи неприйняття стратегії розвитку компанії, відсутність необхідної інформації та ін. Завдання керівництва полягає в тому, щоб передбачити, наскільки сильним буде опір, як мінімізувати його прояв і, нарешті, впоратися з ним.

Для подолання опору також необхідно:

- грамотно провести PR об'єднання компаній, переконати співробітників у необхідності і вигідності цього кроку;
- залучити їх до процесу об'єднання;
- навчити навичкам, необхідним в умовах нової організації;
- стимулювати їх для активної участі в процесі M&A.

Поточний контроль за інтеграційним процесом. Основною проблемою поточного контролю за інтеграційним процесом є відсутність жорстко вибудованої ієрархії оперативних планів усіх рівнів проектної організації, а також скоординованої системи оперативної звітності за їх виконанням може призвести до повної дезорієнтації та керівництва та втрати керованості інтеграційного процесу. Формування збалансованої системи оперативного планування та звітності у ході інтеграційного процесу, включаючи узагальнений план та короткі щотижневі звіти щодо його реалізації, постійно оновлюваний перелік невирішених/вирішених проблем, звіти проектних напрямів і карту моніторингу змін вартості новоствореної компанії та інше, допоможуть провести інтеграцію компаній більш ефективно.

Для того щоб, уникнути невдачі при укладанні угоди стосовно злиття чи поглинання компанії, необхідно звернути надмірну увагу на наступні моменти:

- Сформувати стратегію M&A;
- Провести відбір кандидатів;
- Провести переговори і домовитися про угоду;
- забезпечення всебічної інформаційної підтримки інтеграційного процесу;
- Створити структуру управління пост-інтеграційного процесу;
- Достатні фінансові ресурси;
- Зафіксувати та підтримувати синергію.

Висновок. Угоди злиття та поглинання є комплексним, багатостадійним і багатофакторним економіко–правовим процесом, що, безумовно, робить їх зосередженням безлічі ризиків різної природи, які впливають на успішність інтеграції. У даний час проведення угод заздалегідь підготовленою програмою

стає не винятком, а необхідністю. Успіх злиття значною мірою залежить від детального опрацювання всіх етапів процесу інтеграції, що особливо актуально при проведенні угод в період фінансової та виробничої кризи.

Список літератури: 1. Стадник А. Интеграция корпоративных культур // Управление компанией. – 2004. – № 3. – С. 69-70. 2. Хардинг Д., Роувит С. Искусство слияний и поглощений: Четыре ключевых решения, от которых зависит успех сделки. – Минск: Гревцов Паблшер, 2007. – 256 с. 3. Эванс Ф. Ч., Бишоп Д. М. Оценка компаний при слияниях и поглощениях: Создание стоимости в частных компаниях. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 332 с. 4. Деамфилис Д. Слияния, поглощения и другие способы реструктуризации компании: М.: Олимп-Бизнес, 2007. – 960 с. 5. Гохан П. Слияния, поглощения и реструктуризация компаний – М.: Альпина Паблшер, 2007. – 744 с. 6. Саркисян А, МакКрости П. Capital Confidence Barometer.: Ernst and Young. 2011. – 12 с.

Надійшла до редколегії 08.10.2013

УДК 334.758

Аналіз основних причини, які впливають на ефективність процесу злиття та поглинання компаній / Рибицька Ю. Л. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52(1025). – С. 135–140. Библиогр.: 6 назв.

В статті проаналізовані основні причини невдач, що виникають в процесі інтеграції компаній і представлені пропозиції по покращенню ефективності проведення угод злиття і поглинання.

Ключевые слова: слияния и поглощения, соглашение, интеграция, структура, Due diligence.

In the article analyzes the main causes of failures that occur in the process of integrating companies and provided suggestions for improving the effectiveness of mergers and acquisitions.

Keywords: mergings and absorptions, agreement, integration, structure, Due diligence.

УДК 338.2

К. В. САМОЙЛЕНКО, аспірант, Херсонський національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ В СИСТЕМІ ЗБУТУ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ

В статті розкриті питання ролі інформації в системі збуту туристичного продукту. Досліджено особливості і визначено базові підходи до формування і розвитку концепції інформаційної логістики. Виокремлено загальні риси поняття системи інформаційних технологій в туризмі. Наголошено, що більшість підприємств України перебуває у фазі фрагментарної інформаційної логістики та обґрунтовано необхідність активного впровадження сучасного інформаційно-логістичного інструментарію в практику господарювання сучасних підприємств.

Ключові слова: логістика, інформація, інформаційні потоки, туристичний продукт.

Вступ. В умовах ринкових відносин та інтеграції України у світовий економічний простір туризм, як вид економічної діяльності, є дуже прибутковим та конкурентоспроможним на міжнародному ринку товарів і послуг. В сучасних умовах господарювання існують величезні потоки інформації, які необхідно раціонально використовувати та направляти для досягнення цілей організації. Тому застосування інформаційної логістики у діяльності туристичних

підприємств є актуальним та прибутковим видом діяльності, що ефективно використовується для продуктивного збуту туристичного продукту. І, як наслідок, дозволяє значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу за рахунок скорочення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів.

Інформаційне забезпечення в логістиці туристичних підприємств потребує вдосконалення і впровадження нових технологій. Щодня з'являються нові програмні продукти, які постійно вдосконалюються, як результат – полегшують управління процесами і підвищують ефективність роботи підприємств. Отже, виникає потреба у дослідженнях впливу потоків у системі інформаційної логістики на результати їх діяльності.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Вплив інформаційної логістики на сферу туризму було досліджено в роботах таких науковців: Р.Н.Баллоу, Дж.Ю.О'Брайєна, Д.Еріксона, М.Крістофера, Дж.Купера, С.Мюллера, М.Портера, Н.Хатчинсона, Р.Д.Шапіро, Р.Дж.Шрьодера, Дж.Юхансона, Б.А.Анікіна, Н.В.Афанасьєвої, М.П.Гордона, М.П.Гордона, М.Є.Залманової, В.А.Квартальнова, В.А.Литвиненко, О.А.Новікова, Б.К.Плоткіна, А.Н.Роднікова, А.І.Семененко, В.І.Сергєєва, А.А.Смехова. Дослідивши підходи, які склалися в науковій думці щодо бачення, слід відзначити, що ряд дослідників (І.В.Заєць, Т.С.Кальчук, С.Л.Левіт, О.В.Луценко, М.В.Одрехівський, Ярещенко Н.В.) розглядають лише саме поняття інформації, деякі (С.К.Корнієнко, Ю.В.Дейнега) – інформаційні потоки, решта (М.Ф.Гончар, О.Л.Корольов, Н.Є.Кузьо, І.С.Луценко, А.І.Чухрай) – інформаційні системи. Слід відмітити, що ряд авторів (Є.К. Нагіна, В.А.Іщенко) більш досконало розглянули всі складові інформаційного забезпечення логістики. Але, незважаючи на безсумнівну цінність та значимість проведених наукових досліджень, питанню впливу інформаційної логістики на збут туристичного продукту приділено недостатньо уваги.

Мета досліджень, постановка проблеми. Тому мета цієї статті полягає в різносторонньому обґрунтуванні поняття «інформаційна логістика» та уточненні її ролі в досягненні завдань туристичного підприємства, зокрема в покращенні збуту туристичного продукту.

Матеріали досліджень. Структура туристичної галузі подібна до будь-якої іншої економічної сфери діяльності. Однак існує одна особливість: зв'язуючим центром, який утримує різних виробників у рамках туристичної галузі, є інформація. Інформаційні потоки забезпечують зв'язки між виробниками туристичних послуг, між виробниками і споживачами цих послуг, причому вони йдуть не тільки у вигляді потоків даних, а й у формі послуг і платежів [1].

Логістика відіграє визначну роль в ефективній організації та управлінні туризмом, де функціонують такі основні суб'єкти, як споживач – турагент – туроператор – постачальник послуг – власник рекреаційно-туристичних ресурсів. Тому важливо правильно спланувати, розумно управляти та оперативно контролювати інформаційні та фінансові потоки, що обслуговують наскрізний туристопотік і забезпечують процес формування та реалізації туру відповідно до інтересів та вимог споживача (рис. 1).

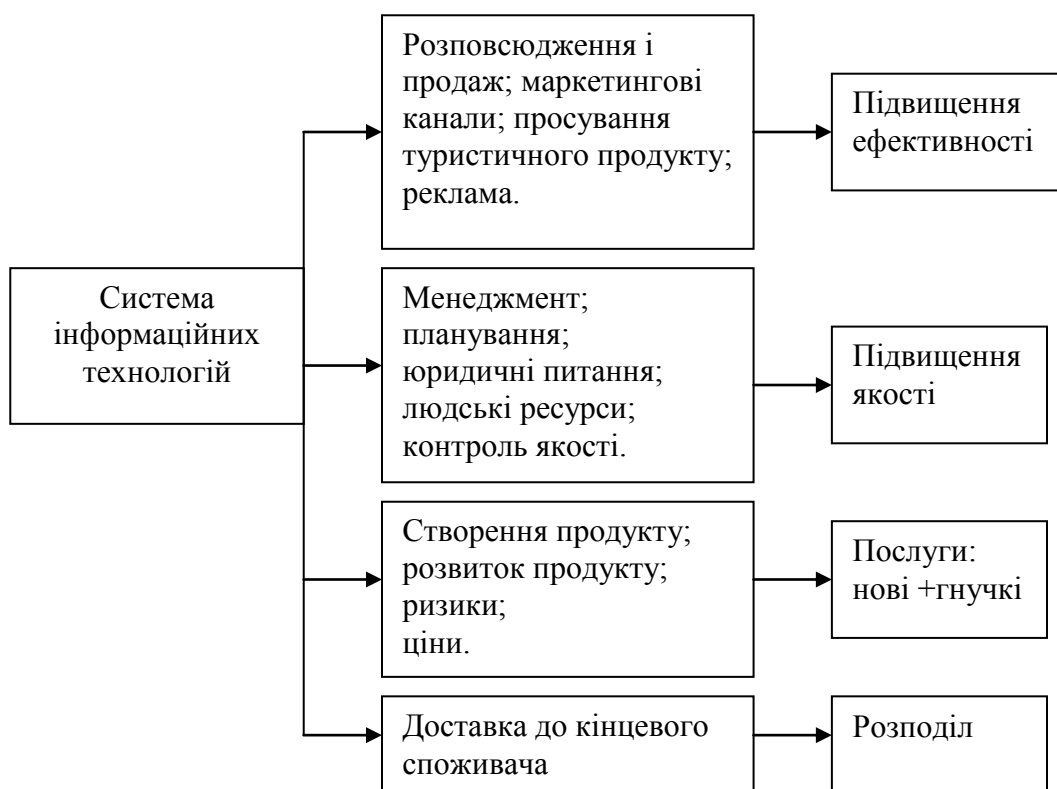


Рис.1. – Вплив інформації на туризм

Інформаційні потоки функціонують серед кожного з п'яти способів просування туристичного товару: реклама, персональний продаж, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та формування каналів збуту туристичного продукту.

Кожна дія в туристичному підприємстві пов'язана з передачею інформації. Деякі повідомлення випереджають прибуття туристів, деякі – супроводжують туристичну групу. Третій вид інформації часто йде в зворотному напрямку (підтвердження прийому, додаткові замовлення, запити тощо).

Туризм потребує логістики, а логістика неможлива без інформації та технологій роботи з цією інформацією. Таким чином, інформація стає логістичним фактором. А її поліпшення може принести більший ефект, ніж технічні інновації.

Про зростаюче застосування інформаційних технологій свідчить той факт, що туризм входить у п'ятірку з найбільшою реалізацією товарів і послуг через Internet. У перспективі ж, за оцінками провідних світових експертів, він стане першим [1].

Індустрія туризму настільки багатогранна, що вимагає застосування найрізноманітніших інформаційних технологій, починаючи від розробки спеціалізованих програмних засобів, що забезпечують автоматизацію роботи окремої туристської фірми або готелю, до використання глобальних комп'ютерних мереж. Різноманіття вживаних у туризмі інформаційних технологій наведено на рис. 2 [2].

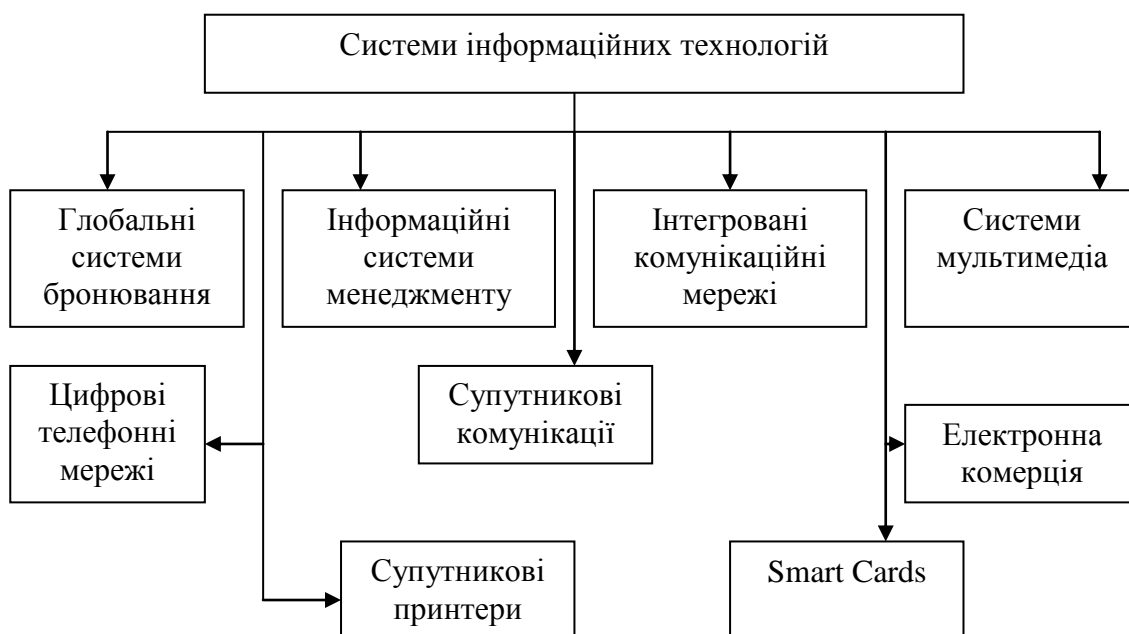


Рис.2. – Системи інформаційних технологій у туризмі

Використання інформаційних технологій – це один з найважливіших факторів формування ринку послуг туризму на сучасному етапі. Основна частина туроператорів і турагентів самостійно впроваджує нові інформаційні технології, спираючись на прогресивний вітчизняний і закордонний досвід. Однак виникає ще одна важлива проблема: застосування нових інформаційних технологій, систем бронювання і резервування, мережі Internet, розширення спектра фінансових послуг і розрахунків за кредитними картами призводить до реальної небезпеки незатребуваності туристичних фірм як посередників між постачальниками послуг і їхніх споживачів [3].

Результати досліджень. В розвитку світового туризму нині чітко вирізняються дві основні тенденції:

1. створення великих туристичних концернів, у руках яких зосереджені всі етапи виробництва та збуту туристичних послуг;

2. розвиток електронної комерції засобами мережі Internet [4].

Досвід використання вітчизняних систем резервування і бронювання пов'язаний із системою резервування авіаційних квитків "Сирена". Система "Ключ" призначена для фірм, орієнтованих на внутрішній і в'їзний туризм. Окрім вітчизняних існують також закордонні системи бронювання і резервування, які мають високий технічний рівень, мобільність, багатофункціональність, надійність, простоту в управлінні, інтегровані в глобальні мережі Internet. До таких систем відносяться "Габріель", "Сейбр", "Галілео", "Амадеус", "Worldspan", "Fidelio Hotel Bank" та ін. [3].

Потужною інформаційно-технологічною системою в світі вважається мережа Internet. Переваги використання даної мережі для суб'єктів туристичного ринку України очевидні: вона дає необмежений доступ до інформації, дозволяє заощаджувати кошти при міжміських і міжнародних переговорах, надає інформацію про передові технології, дозволяє обмінюватися думками з колегами. Слід також зазначити, що реклама в мережі Internet дешевша за звичайну, а в більшості випадків ефективніша, оскільки спрямована на цільову аудиторію. Це важливо для виробників туристичних послуг в Україні, які займаються в'їзним міжнародним туризмом, тому що не тільки економить кошти, але й дозволяє ознайомити іноземних громадян з туристичними програмами про найбільш цікаві місця та міста України [1].

Використовуючи інформаційні технології, будь-яка туристична фірма може комплектувати свої тури за допомогою глобальної мережі Internet. Інформація про конкретну фірму може бути представлена на web-сторінці, сайті-візитці або повномірному сайті, виходячи з бажання і фінансових можливостей фірми [1].

Висновки. Отже, використання інформаційної логістики в туризмі дозволяє налагодити ефективний зв'язок між учасниками процесу управління підприємством, постачальниками та клієнтами, що дозволяє ефективно просувати туристичний продукт. Наявність комп'ютерних систем та Internet суттєво спрощує роботу туристичних підприємств і надає майже безмежні можливості для просування туристичного продукту.

Список літератури: 1. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія і практика. Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с. 2. Морозов М. А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника: Підручник / М. А. Морозов, Н.С. Морозова. – М.: Вид. центр «Академия», 2002. – 240 с. 3. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с. 4. Смирнов І.Г. Логістика туризму. Навчальний посібник. Видавництво : К.: Знання, 2009. – 444 с. 5. <http://www.logistike.com/informacionnaya-logistika/>. 6. <http://www.dist-cons.ru/modules/logistic/section9.html> 7. <http://www.best-logistic.ru/informationnaya-logistika.htm>

Надійшла до редколегії 25.10.2013

УДК 338.2

Використання принципів інформаційної логістики в системі збуту туристичних продуктів / Самойленко К. В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2013. – № 52(1025). – С. 140–145. Библиогр.: 7 назв.

В статье раскрыты вопросы роли информации в системе сбыта туристического продукта. Исследованы особенности и определены базовые подходы к формированию и развитию концепции информационной логистики. Выделены общие черты понятие системы информационных технологий в туризме. Отмечено, что большинство предприятий Украины находится в фазе фрагментарной информационной логистики и обоснована необходимость активного внедрения современного информационно-логистического инструментария в практику хозяйствования современных предприятий.

Ключевые слова : логистика, информация, информационные потоки, туристический продукт.

In this article we can read about the meaning of informational logistic in the distribution system of the tourism product. One can see the investigation and the evolution of basic approach to the formation and development such idea as information logistic. It is selected characteristics as the principle features of information technologies in tourism. It is stressed that the majority of all Ukrainian enterprises are found in the phase of fragmented information logistic. Some people think that it's very important to utilize modern information-logistical system in management process of every enterprise.

Keywords: logistics, information, informational flows, tourism product.

УДК 657.6

А. О. СЕМЕНЕЦЬ, канд. екон. наук, доц., Харківський інститут фінансів
Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглянуті організаційні аспекти внутрішнього аудиту реалізації продукції, виходячи з сучасних вимог менеджменту на підприємствах. Приділяється увага методичному забезпеченню проведення внутрішнього аудиту реалізації продукції.

Ключові слова: внутрішній аудит, реалізація продукції, контроль, управління.

Вступ. Внутрішній аудит реалізації продукції – це система, що складається з елементів входу (інформаційне забезпечення аудиту), елементів виходу (інформація про об'єкт управління, отримана в результаті аудиту) і сукупності наступних взаємозалежних ланок: середовище аудиту реалізації, центри відповідальності, техніка аудиту (інформаційно-обчислювальна техніка й технологія), процедури аудиту, система обліку реалізації.

Система внутрішнього аудиту реалізації продукції – це основа функціонування управлінської інформаційної системи, тобто системи обробки й інтеграції різноманітної внутрішньої й зовнішньої інформації, необхідної для прийняття рішень на всіх рівнях управління реалізацією продукції.

В умовах конкуренції головне завдання системи внутрішнього аудиту реалізації продукції складається в забезпеченні завоювання й збереження

підприємством кращої частки ринку й отриманні переваги підприємства над конкурентами.

Вивчення діючих систем внутрішнього аудиту ряду підприємств показало наявність недоліків у механізмі передачі інформації між керуючими й керованою системами, що значно ускладнює досягнення поставлених перед відділом продажів завдань. Основними причинами цього є недооцінка менеджментом значення процедур контролю, наприклад, таких як внутрішня регламентація діяльності співробітників у частині здійснюваних ними контрольних функцій і відповідальності, наявність недоліків в організації документообігу, зневага основними принципами контролю, такими як поділ обов'язків. Крім того, причиною недоліків внутрішнього аудиту є й відсутність кваліфікованого персоналу, для якого функції по організації й моніторингу системи контролю були б основними, а не додатковими. Як правило, перераховані недоліки викликані прагненням керівництва знизити витрати на створення й подальше утримання системи внутрішнього аудиту в умовах економічної кризи. Функціонування системи внутрішнього аудиту реалізації продукції покликано зводити до мінімуму різного роду ризику в збутовій діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питання організації внутрішнього аудиту реалізації продукції на підприємстві досліджували М.Т. Білуха [1], А.В. Бодюк [2], Ф.Ф. Бутинець [3], В.П. Пантелеев, М.Д. Корінько [4], В.С. Рудницький [5], А.М. Сонін [6].

Не зважаючи на значну кількість публікацій, недостатньо висвітлено питання організації внутрішнього аудиту реалізації продукції через призму практики, виходячи з сучасних вимог менеджменту на підприємствах, оскільки більшість вчених розглядають або організацію зовнішнього аудиту, або теоретичний аспект організації внутрішнього аудиту на підприємстві.

Мета досліджень, постановка проблеми. Дослідження організації внутрішнього аудиту реалізації продукції, обґрунтування його необхідності та визначення показників для оцінки стану збутової діяльності на підприємстві.

Ціль внутрішнього аудиту реалізації продукції – допомога органам управління підприємства в здійсненні ефективного контролю над різними ланками (елементами) системи реалізації. Під головним завданням внутрішніх аудиторів варто розуміти забезпечення задоволення потреб органів управління реалізацією в частині надання контрольної інформації з різних питань, що їх цікавлять. Під загальною функцією внутрішніх аудиторів варто розуміти: а) оцінку адекватності систем контролю: здійснення перевірок ланок управління (контролю) реалізацією, надання обґрунтованих пропозицій по усуненню виявлених недоліків і рекомендацій з підвищення ефективності управління; б)

оцінку ефективності реалізації: здійснення експертних оцінок різних елементів реалізації й надання обґрунтованих пропозицій щодо їх вдосконалення.

Аудит результатів реалізації продукції слугує у першу чергу для встановлення відхилень фактичних результатів від запланованих або від сум покриття відповідного планового періоду (місяця, кварталу, року) і для виявлення причин цих відхилень, якщо вони відбулися у відділі продаж. Зміни результату можуть виникнути через структурні зсуви у фактично реалізованому бюджеті продаж або внаслідок відхилень фактичних витрат у відділі продаж від запланованих. Ці витрати могли бути різними способами рознесені по продуктах.

Розглянемо контрольні розрахунки по окремих продуктах, що виконуються під час проведення внутрішнього аудиту реалізації продукції. У ході контрольних розрахунків, які проводяться щомісяця й щокварталу зіставляють вартісні показники запланованої й фактично реалізованого бюджету продаж й розбивають загальну зміну результату на відхилення по різних факторах: у результаті зміни структури бюджету, цін, інших причин (наприклад, зменшення виручки внаслідок збільшення знижок).

Такі багатомірні розрахунки здійсненні тільки в тому випадку, коли можна точно віднести певні витрати на окремі види продуктів і ринки й виконати відповідні бухгалтерські проведення. Віднімаючи змінні витрати з виручки, розподіленої по продуктах і ринкам, отримують суму покриття за кожним видом продукту й ринку. З отриманих сум покриття віднімають потім постійні прямі витрати, які можна віднести до одного ринку (наприклад, видатки однієї збутової філії) або до однієї групи продуктів (наприклад, видатки на рекламу). Таким чином отримують суми покриття по ринках і групам продуктів, що показують, який внесок вносить ця група продуктів або ринок у покриття постійних витрат і в прибуток. Подібні планові й контрольні розрахунки допомагають прийняти рішення про відмову від деяких продуктово-ринкових комбінацій або їхнє інтенсивне використання.

У ході контрольних розрахунків витрат по місцях їхнього виникнення в сфері реалізації продукції, що проводяться щомісячно й поквартально, порівнюють фактичні витрати із затвердженими в плані, щоб, по-перше, визначити відхилення запланованого на період результату внаслідок зміни фактичних витрат на збут і, по-друге, оцінити ефективність проведених збутових заходів. Перше завдання при відповідним чином організованому бухгалтерському обліку фактичних даних виконується досить легко. Рішення другого завдання в силу особливого роду збутової діяльності в багатьох випадках пов'язане із труднощами. Якщо, наприклад, у сфері виробництва за допомогою аналітичних методів можна більш-менш точно встановити тісний

зв'язок між витратами й результатом виробничого процесу й на цій основі оцінити ефективність виробництва, то в сфері реалізації продукції для багатьох видів діяльності або проведених заходів відсутній точний критерій оцінки досягнення бажаного результату або оцінки ефективності використання необхідних ресурсів і відповідно витрат по проведенню тих або інших заходів. Проте не можна відмовлятися від аудиту в сфері реалізації продукції, оскільки, незважаючи на всі проблеми, контрольні розрахунки дають можливість робити деякі висновки щодо використання збутових ресурсів.

Якщо при аудиті збутових витрат використовувати прийнятий при плануванні витрат розподіл їх на три групи: постійні, змінні і спеціальні, то для контрольних розрахунків буде справедливим ряд положень.

Аудит постійних витрат полягає в порівнянні запланованих і фактичних постійних витрат, а також в обліку й аналізі причин відхилень. При оцінці значень цих відхилень слід особливу увагу звертати на те, що іноді важко планувати величину цілого ряду витрат, що по їхньому виду відносять до постійних; відхилення в постійних витратах завжди неминучі й тому не є гарним критерієм оцінки якості планування або оцінки діяльності осіб, відповідальних за витрати.

Аудит змінних витрат, навпаки, дає достатньо критеріїв для оцінки ефективності окремих елементів реалізації продукції. Гнучкі плани витрат, наприклад складських, транспортних або частини управлінських, дозволяють при використанні відповідних норм затрат по окремих процесах реалізації продукції точно розділяти загальне відхилення у витратах одного місця їхнього виникнення по факторах, що впливають. Навіть якщо норми затрат у відділі продаж не визначаються точно, як у виробничій сфері, то відносної точності цих норм достатньо для того, щоб керівництво при регулярному аудиті витрат могло виявляти «вузькі місця». За результатами такого аналізу можна планувати заходи, що гарантують ефективне використання застосовуваних ресурсів.

При аудиті спеціальних витрат, пов'язаних із прийняттям оперативних рішень, наприклад видатків на рекламу й стимулювання продажів, істотне значення мають два завдання:

- аудит ходу виконання запланованих заходів;
- аудит ефективності проведених заходів.

За допомогою контрольних розрахунків можна вирішити тільки перше завдання. У багатьох випадках відхилення при цьому виникають через неточні дані на стадії складання плану. Для рішення другого завдання щодо аудиту ефективності заходів контрольні розрахунки у відділі продаж можуть лише дати цифровий матеріал, що повинен бути ще особливим чином оброблений, наприклад, у рамках аудиту результатів реклами.

Аудит затрат і ефективності реалізації збутових проектів щодо динаміки витрат, виручки й сум покриття є завданням проектного аудиту. При відхиленні фактичних значень від планових у проектному аудиті аналізують, відбулися відхилення через зміни в змісті, послідовності, тривалості або у вартості проведення заходів.

Аудит вартості активів відділу продаж не викликає особливих проблем. При контролі оборотних активів у випадку відхилень від запланованих складських запасів готової продукції й пов'язаних з ними відхилень по відсотках аналізують, викликані ці позапланові зміни причинами, що лежать у сфері збуту й/або виробництва, і чи можна їх усунути в наступному періоді.

В ході внутрішнього аудиту реалізації продукції поряд з показниками результатів реалізації продукції, сум покриття й витрат інтерес представляють додаткові показники.

Велике значення для прийняття оперативних і стратегічних рішень відносно бюджету виробництва мають показники частки обороту й кількості видів продуктів, що перебувають у відповідних фазах ринкового циклу: впровадження, зростання, насичення, стабілізації й згортання – у загальному обороті й числі продуктів підприємства. Ці показники характеризують частку продукції, яка перебуває в кожній фазі ринкового циклу, що сигналізує про те, чи є в розпорядженні підприємства достатня кількість нових продуктів, що гарантують безперервний розвиток.

Велике значення має визначення по видах продуктів ринкових часток у вартісному або натуральному вимірах, що розраховується як відношення обороту (реалізація в штуках) підприємства до обороту (реалізація в штуках) всього ринку.

Зіставивши оборот власного підприємства з оборотом найбільшого підприємства-конкурента, можна визначити відносну частку ринку по продуктових і споживчих сегментах, що розраховується як відношення обороту (реалізація в штуках) власного підприємства до обороту (реалізація в штуках) найбільшого конкурента.

На підставі цих двох показників можна робити висновки про позицію підприємства на відповідному ринку.

Зв'язки між ринковими впливами й використанням потенціалу відображаються таким показником, як відношення величини обороту до загальної чисельності зайнятих або якої-небудь її частини:

$$\frac{\text{оборот}}{\text{чисельність зайнятих}};$$

$$\frac{\text{оборот, або сума покриття продаж}}{\text{чисельність зайнятих в сфері продаж}}$$

Використовувати тільки ці показники як критерії для оцінки ефективності роботи відділу продаж слід обережно, тому що на розрахунки впливають і інші фактори. Можуть бути розраховані відносні показники обороту до інших величин, наприклад до числа клієнтів, числа замовлень (договорів), торговельних площ. Так само розраховують показники, що характеризують величину замовлень:

$$\frac{\text{обсяг замовлень (договорів)}}{\text{обсяг готової продукції на складі}}$$

або абсолютного показника «надходження замовлень за період».

Для оцінки обсягів готової продукції на складі розраховують наступні показники:

$$\text{середній обсяг готової продукції на складі} = \frac{\text{обсяг на початок} + \text{обсяг на кінець періоду}}{2};$$

$$\text{використання складських площ} = \frac{\text{зайняті складські площі}}{\text{загальні складські площі}};$$

$$\text{оборотність складських запасів} = \frac{\text{обсяг реалізації продукції}}{\text{Ø складський запас}}.$$

Інтерес представляють показники, які в абсолютній або відносній (індексній) формі дозволяють приймати рішення та робити висновки: про анулювання замовлень; про рекламації; про повернення продукції; про поведінку платників.

Ці показники слугують, по-перше, для визначення загальних тенденцій розвитку, по-друге, дозволяють робити висновки як про поведінку клієнтів, так і про якість продукції, що реалізується.

Велике значення для політики продаж мають строки поставок, тобто час між зробленим замовленням і його реалізацією. Поряд з абсолютними величинами інтерес представляють показники в динаміці. Також потрібна аудиторю інформація про вплив головних клієнтів підприємства на зміну внутрішньорічних планів обороту й інвестицій.

Зростання обсягу реалізації продукції є основою підвищення рівня прибутковості й рентабельності підприємства. Однак, існують певні обмеження щодо зростання обсягів реалізації продукції, тому що швидке зростання здійснює великий тиск на фінансові результати підприємства. Це означає, що при формуванні бюджетів продаж необхідно враховувати не тільки ситуації на

ринках, ємність ринку, але й фінансові можливості підприємства, його фінансовий стан і фінансову політику.

Висновки. Отже для підприємства необхідний внутрішній аудит ефективності ухваленого рішення (обраної альтернативи) з реалізації продукції. Фактичні результати вимірюються, порівнюються з очікуваними (розрахованими при обґрунтуванні вибору тієї або іншої альтернативи) і аналізуються (наприклад, як на обсяг продажів вплинуло рішення про вибір непрямих каналів реалізації).

Аудит реалізації продукції дозволить забезпечити ефективне використання економічного потенціалу підприємства і на цій основі досягти:

- залучення додаткових інвестицій у галузь;
- зниження загальних транспортних витрат підприємства і підвищення конкурентоспроможності його продукції на ринку;
- підвищення конкурентоспроможності підприємства.

На сьогоднішній день внутрішній аудит повинен перетворюватися в інструмент попереднього (попереджувачого), що поточного і наступного контролю реалізації продукції, а в більш широкому значенні – за діяльністю й положенням підприємства на ринку. Правильне розуміння керівництвом підприємства всієї важливості обґрунтованого формування й ефективного аудиту реалізації продукції забезпечить можливість тримати під контролем конкурентоспроможність підприємства й, отже, саме його існування.

Запропоновані показники можуть використовуватися підприємствами для оцінки ефективності роботи відділу продаж та стану збутової діяльності в цілому під час проведення внутрішнього аудиту на підприємстві.

Список літератури: 1. Білуха М.Т. Курс аудиту: [підручник] – 2-ге вид., доп. і перероб. – К.: Вища школа. – Т-во «Знання», КОО, 1999. – 574 с. 2. Бодюк А.В. Методологічні та нормативно-правові аспекти аудиту підприємницької діяльності: [монографія] – К.: Кондор, 2005. – 356 с. 3. Бутинець Ф.Ф. Аудит: [підручник для студентів спеціальності «Облік і аудит» вищих навчальних закладів] – 2-е вид., перероб. та доп. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 672 с. 4. Пантелеєв В.П., Корінько М.Д. Внутрішній аудит: навч. посіб.; за ред. В. О. Шевчука. – К.: Державна академія статистики обліку та аудиту Державного комітету статистики України, 2006. – 247 с. 5. Рудницький В.С. Внутрішній аудит: методологія, організація: [монограф.] – Тернопіль: Економічна думка, 2000. – 106 с. 6. Сонин А.М. Внутренний аудит: Современный подход – М.: Финансы и статистика, 2007. – 64 с.

Надійшла до редколегії 20.10. 2013

УДК 657.6

Організація внутрішнього аудиту реалізації продукції / Семенець А. О. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2013. – № 52(1025). – С. 145–152 – Бібліогр.: 6 назв.

В статье рассмотрены организационные аспекты внутреннего аудита реализации продукции, исходя из современных требований менеджмента на предприятиях. Уделяется внимание методическому обеспечению проведения внутреннего аудита реализации продукции.

Ключевые слова: внутренний аудит, реализация продукции, контроль, управление.

In this article the organizational aspects of internal audit of product realization are considered, coming from the modern requirements of management on enterprises. Methodical providing of internal audit of product realization is speared of attention.

Keywords: internal audit, product realization, control, management.

УДК 658.31 : 665.011.7

В. Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ»;
П. Г. ПЕРЕРВА, докт. екон. наук, проф., НТУ «ХПІ».

ВИЗНАЧЕННЯ ОЗНАК БАНКРУТСТВА: САНАЦІЯ ТА РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ

Проаналізовано сучасні вітчизняні та зарубіжні методи визначення ознак та ймовірності банкрутства машинобудівного підприємства. Розроблено рекомендації по сфері використання санації та реструктуризації в антикризовому управлінні машинобудівними підприємствами.

Ключові слова: банкрутство, санація, реструктуризація, методичні підходи, фінансова стійкість, ознаки неплатоспроможності.

Вступ. Оцінка кризисних факторів виробничо-підприємницької діяльності та прогнозування можливого банкрутства машинобудівного підприємства здійснюється задовго до прояву його явних ознак. Така оцінка та прогнозування являються предметом діагностики банкрутства, яка представляє собою систему цільового фінансового аналізу, спрямованого на виявлення параметрів кризисного розвитку підприємства, які представляють загрозу його банкрутству в майбутньому. Запобігання або подолання такого стану можливо за умови вчасного та умілого застосування ефективної антикризової політики, санації та реструктуризації підприємства. Щоб більш результативно запобігати банкрутству, необхідно вирішити завдання запровадження ефективних, адаптованих до вітчизняних умов механізмів визначення ймовірності банкрутства ще до виникнення явних ознак неплатоспроможності підприємства, а також створити відповідну систему моніторингу роботи підприємств на рівні регіонів. Надзвичайно важливим є своєчасне розпочинання процедур санації та реструктуризації, рішення про які приймається на підставі науково обґрунтованих методів визначення наявних ознак банкрутства підприємства.

Постановка завдання. Мета статті – виконати порівняльний аналіз методичних підходів до побудови методів прогнозування ймовірності та ознак банкрутства, а також запропонувати новий підхід до уточнення класифікації методичних підходів з використанням сучасних методів діагностики банкрутства, підготувати підприємство до санації та реструктуризації.

Методологія. Теоретичну та методологічну основу дослідження склали законодавчі та нормативні акти України, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених. У процесі підготовки статті використовувались загальнонаукові методи: аналізу та синтезу, порівняння; економіко-статистичні

методи збору та обробки інформації: вибіркового, угруповань, середніх величин, відносних величин; економіко-математичні методи.

Результати дослідження. Теорія та практика антикризового управління на промислових підприємствах різних країн накопичила значний арсенал відповідних методів та рекомендацій по визначенню симптомів банкрутства на його різних стадіях. В цілому ряді наукових досліджень [1, 7, 8, 15] систематизуються сучасні методичні підходи щодо визначення підприємств банкрутами. При цьому автори встановлюють такі критерії систематизації: статус методичного підходу; інформаційне забезпечення; напрям дослідження (функціональне спрямування); методика формування та дослідження оціночних показників; характер формування та дослідження узагальнюючого висновку; технологія обробки інформації [1, 7, 8, 15]. Враховуючи все зазначене, зробимо спробу уточнення класифікації методичних підходів з використанням сучасних методів діагностики банкрутства, методів санації та реструктуризації підприємства, що є доповненням та розвитком існуючих [7,8] підходів та методів діагностики банкрутства промислових підприємств (рис.1) та проведемо критичний аналіз основних методів діагностики банкрутства, які приведені в цій класифікації.

Одним із найважливіших інструментів системи раннього попередження та методом прогнозування банкрутства та проведення санації та реструктуризації підприємств є дискримінантний аналіз. Віднесення підприємства до категорії “кризових” чи “нормальних” здійснюється у розрізі окремих показників у відповідності до емпірично побудованої шкали граничних значень досліджуваного показника.

Наприклад, згідно зі шкалою значень показника рентабельності активів, граничне значення цього показника складає 2%. Це означає, що підприємства, в яких рентабельність активів $>2\%$ за цим критерієм вважаються “нормальними”, якщо ж значення цього показника $<2\%$, то підприємство відноситься до групи суб’єктів господарювання, яким загрожує фінансова криза [1, 8, 9, 10, 12].

В цьому зв’язку слід звернути увагу на групу методів прогнозування ймовірності банкрутства, які широко використовуються у вітчизняних методиках [2, 10, 12] та методиках інших держав [3, 11], відомих на практиці як методи структурного бухгалтерського та коефіцієнтного аналізу.

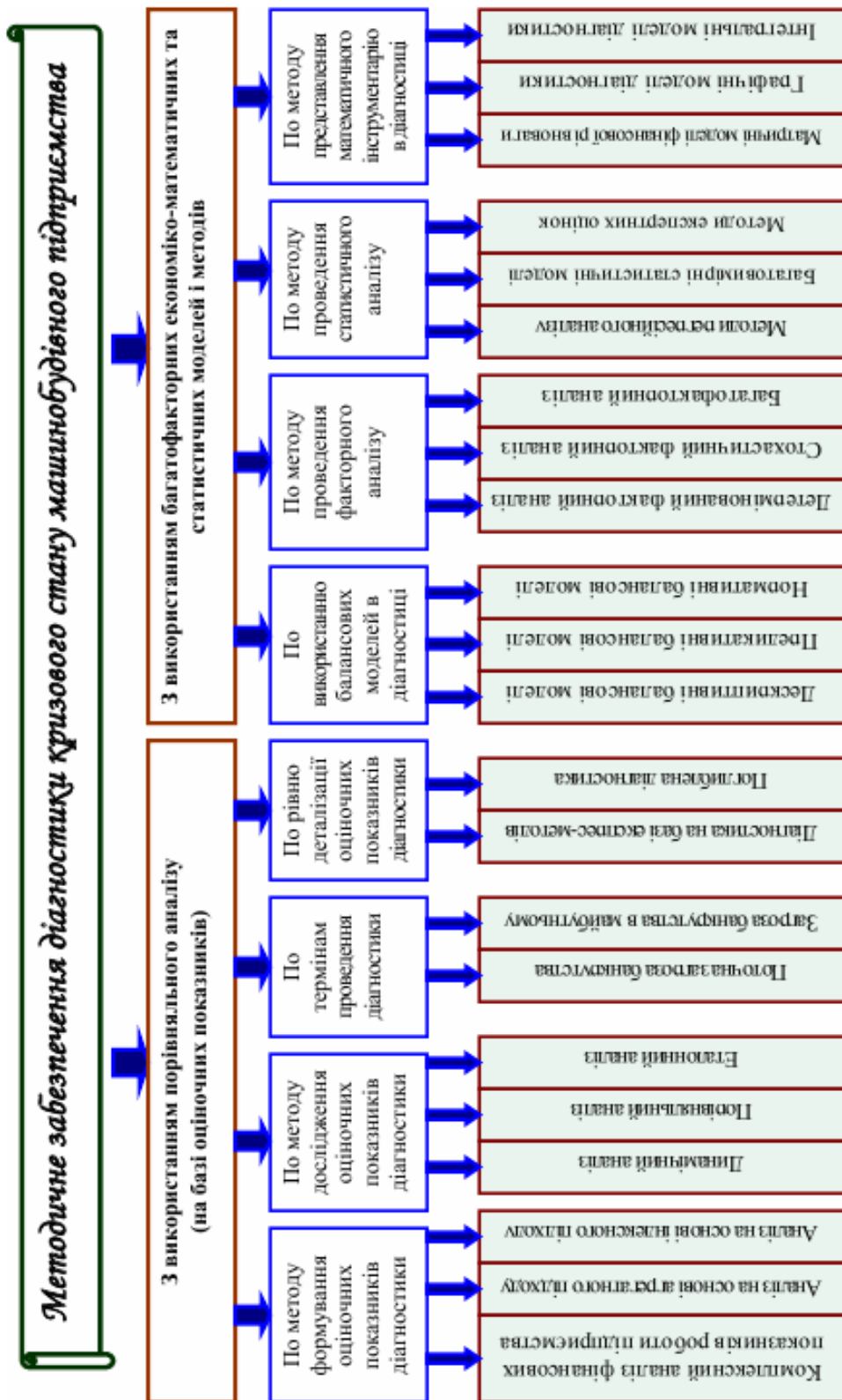


Рис. 1 – Систематизація методичного забезпечення діагностики загрози банкруства машинобудівних підприємств

Наприклад, відповідно до [12] поточною неплатоспроможністю може характеризуватися фінансовий стан будь-якого підприємства, якщо на конкретний момент через випадковий збіг обставин тимчасово суми наявних у нього коштів і високоліквідних активів недостатньо для погашення поточного боргу, що відповідає законодавчому визначенню як неспроможність суб'єкта підприємницької діяльності виконати грошові зобов'язання перед кредиторами після настання встановленого терміну їх сплати, у тому числі із заробітної плати, а також виконати зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) не інакше як через відновлення платоспроможності.

Економічним показником ознак поточної платоспроможності (P_n) за наявності простроченої кредиторської заборгованості є різниця між сумою наявних у підприємства грошових коштів, їх еквівалентів та інших високоліквідних активів і його поточних зобов'язань, що визначається за формулою [13]:

$$P_n = A040 + A045 + A220 + A230 + A240 - P620,$$

де $A040$, $A045$, $A220$, $A230$, $A240$ – відповідні рядки активу балансу;

$P620$ – підсумок IV розділу пасиву балансу.

Від'ємний результат алгебраїчної суми зазначених статей балансу свідчить про *поточну* неплатоспроможність суб'єкта підприємницької діяльності. Фінансовий стан підприємства, в якого на початку й наприкінці звітного кварталу існують ознаки поточної неплатоспроможності, відповідає законодавчому визначенню боржника, який неспроможний виконати свої грошові зобов'язання перед кредиторами, у тому числі зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів), протягом трьох місяців після настання встановленого терміну їх сплати. Ознаки критичної неплатоспроможності, що відповідають фінансовому стану потенційного банкрутства, існують, якщо на початку й наприкінці звітного кварталу, що передував поданню заяви щодо порушення справи про банкрутство, мають місце ознаки поточної неплатоспроможності, а коефіцієнт покриття (K_n) і коефіцієнт забезпечення власними засобами (K_z) наприкінці звітного кварталу менші за їх нормативні значення – 1,5 і 0,1 відповідно [13].

Коефіцієнт покриття K_n характеризує достатність оборотних коштів для погашення своїх боргів і визначається як відношення суми оборотних коштів до загальної суми поточних зобов'язань за кредитами банку, інших позикових коштів і розрахунків з кредиторами, визначається за формулою:

$$K_n = A260 : P620, \quad (1)$$

де $A260$ – підсумок II розділу активу балансу.

Коефіцієнт забезпечення власними засобами (K_3) характеризує наявність власних оборотних коштів у підприємства, необхідних для його фінансової сталості, і визначається як відношення різниці між обсягами джерел власних та прирівняних до них коштів і фактичною вартістю основних засобів та інших необоротних активів до вартості наявних у підприємства оборотних активів – виробничих запасів, незавершеного виробництва, готової продукції, грошових коштів, дебіторської заборгованості та інших оборотних активів:

$$K_3 = (ПЗ80 - А080) : А260, \quad (2)$$

де $ПЗ80$ – підсумок розділу I пасиву балансу;

$А080$, $А260$ – підсумки I і II розділів активу балансу відповідно.

Якщо наприкінці звітного кварталу хоча б один із зазначених коефіцієнтів (K_n або K_3) перевищує його нормативне значення або протягом звітного кварталу спостерігається їх зростання, перевага повинна надаватися позасудовим заходам відновлення платоспроможності боржника або його санації в процесі провадження справи про банкрутство. Якщо протягом терміну, встановленого планом санації боржника, забезпечується позитивний показник поточної платоспроможності та перевищення нормативного значення коефіцієнта покриття ($K_n > 1,5$) за наявності тенденції зростання рентабельності, платоспроможність боржника може вважатися відновленою (відсутні ознаки потенційного банкрутства). Якщо за підсумками року коефіцієнт покриття менше одиниці і підприємство не отримало прибутку, то такий його фінансовий стан характеризується ознаками надкритичної неплатоспроможності, коли задоволення визнаних судом вимог кредиторів можливе не інакше як через застосування ліквідаційної процедури. Наявність ознак надкритичної неплатоспроможності (за підсумками року $K_n < 1$ за відсутності прибутку) відповідає фінансовому стану боржника, коли він, відповідно до закону, зобов'язаний звернутися протягом місяця до господарського суду з заявою щодо порушення справи про банкрутство, тобто коли задоволення вимог одного або кількох кредиторів призведе до неможливості виконання його грошових зобов'язань у повному обсязі перед іншими кредиторами.

На практиці знайшло широке використання прогнозування ймовірності банкрутства промислового підприємства з допомогою коефіцієнта Бівера K_6 . Наприклад, з метою своєчасного виявлення тенденцій формування незадовільної структури балансу у прибутково працюючого суб'єкта підприємницької діяльності і вжиття випереджувальних заходів, спрямованих на запобігання банкрутству, методичними рекомендаціями щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [12] пропонується

проводити систематичний експрес-аналіз фінансового стану підприємств (фінансовий моніторинг) рекомендується використання цього показника. Проте у згаданих Методичних рекомендаціях та в цілій низці інших наукових видань, присвячених дослідженню питань банкрутства [1], коефіцієнт У.Бівера помилково розраховується як відношення різниці між чистим прибутком і нарахованою амортизацією до суми довгострокових і поточних зобов'язань за формулою:

$$K_{\delta} = (ЧП + Ам) / (ДЗ + КЗ) \quad (3)$$

де K_{δ} – коефіцієнт Бівера; $ЧП$ і $Ам$ – чистий прибуток й амортизація, наведені у рядках 220 і 260 форми № 2 “Звіт про фінансові результати” відповідно;

$ДЗ$ і $КЗ$ – довгострокові й поточні зобов'язання (підсумки розділів III і IV), наведені у рядках 480 і 620 форми № 1 “Баланс”.

У чисельнику формули (3) для розрахунку коефіцієнта K_{δ} повинна стояти не різниця, а сума показників (чистий прибуток + амортизація) (див. [17, 6]), на що справедливо вказує Н.Я.Михаліцька [13]. Ознакою формування незадовільної структури балансу є такий фінансовий стан підприємства, за якого протягом тривалого часу (1,5-2 роки) коефіцієнт Бівера не перевищує 0,17. За міжнародними стандартами значення коефіцієнта Бівера повинне знаходитися в інтервалі 0,17-0,40, коли рівень його платоспроможності оцінюється як середній. За $K_{\delta} < 0,17$ рівень платоспроможності підприємства низький, а за $K_{\delta} > 0,40$ – високий.

Більш точним методом може бути використання не окремого показника, а системи показників У.Бівера, яка, як нам представляється займає своє особливе місце в аналізі [1, 6, 13, 17, 18]. Модель діагностики банкрутства за показниками Бівера знайшла найбільш широке розповсюдження і оснований на дослідженні трендів показників.

Одною з найбільш простих та доступних моделей прогнозування можливості банкрутства вважається двофакторна модель оцінки вірогідності банкрутства підприємства [1, 14]. Вона досить часто використовується в практиці і заснована на двох ключових показниках – коефіцієнті поточної ліквідності $K_{пл}$ і показникові частки позикових коштів в пасивах $K_{чнк}$:

$$I_{\delta} = \alpha + \beta K_{пл} + \gamma K_{чнк}, \quad (4)$$

де α , β , γ – постійні коефіцієнти, знаходяться емпіричним шляхом;

$K_{пл} = ОА / ПЗ$; $K_{чнк} = ПК / ОК$; $ОА$ – оборотні активи;

$ПЗ$ – поточні зобов'язання;

$ПК$ – позиковий капітал;

$ОК$ – пасиви підприємства.

Якщо результат розрахунків з використанням залежності (4) виявляється від'ємним, тобто $I_6 < 0$, то вірогідність банкрутства підприємства, що аналізується, невелика, тобто нижче 50%. Позитивне значення $I_6 > 0$ вказує на високу імовірність банкрутства, тобто більш 50% і збільшується зі збільшенням значення I_6 .

В практиці роботи американських підприємств використовуються наступні значення експериментально отриманих постійних коефіцієнтів, що входять в модель (4): $\alpha = -0,3877$; $\beta = -1,0736$; $\gamma = 0,0579$. З урахуванням цих значень модель (4) набуває наступного вигляду: $I_6 = (-0,3877) + (-1,0736) K_{пл} + 0,0579 K_{чнк}$, що є досить зручним при практичному використанні цього методу. Конкретні результати, отримані з використанням моделі (4) можуть бути трактовані наступним чином: $I_6 \leq (-0,583)$ – підприємству не загрожує банкрутство; $I_6 = (+0,3) \div (-0,3)$ – зона непоінформованості; $I_6 \geq (+0,648)$ – підприємство є потенційним банкрутом.

Більш широко для оцінки ймовірності банкрутства підприємства використовується модель сформована на основі Z-рахунку Альтмана [16]. Цей метод запропонований у 1968 р. відомим економістом Е. Альтманом. Індекс побудований за допомогою апарату мультиплікативного дискримінантного аналізу і дозволяє у першому наближенні розділити господарські суб'єкти на потенційних банкрутів і не банкрутів. У загальному вигляді модель визначення індексу має наступний вигляд:

$$I_6 = 1,2 K_1 + 1,4 K_2 + 3,3 K_3 + 0,6 K_4 + K_5, \quad (5)$$

де K_1 – відношення оборотного капіталу до суми активів;

K_2 – відношення нерозподіленого прибутку до суми пасивів;

K_3 – відношення операційного прибутку до суми пасивів;

K_4 – відношення ринкової вартості акцій до заборгованості;

K_5 – відношення виручки до суми активів.

При побудові індексу Е.Альтман дослідив 66 підприємств, половина яких збанкрутувала в період між 1946 та 1965 рр., а половина працювала успішно, а також дослідив 22 аналітичних коефіцієнти, які могли бути корисними для прогнозування майбутнього банкрутства. З цих показників Е.Альтман відібрав 5 найбільш значущих і побудував багатофакторне регресійне рівняння (5), яке являє собою функцію від деяких показників, що характеризують економічний потенціал підприємства та результати його роботи за минулий рік. Результати численних розрахунків за моделлю Е.Альтмана показали, що узагальнюючий показник може приймати значення в межах [14; 22], при цьому підприємства, для котрих $I_6 \geq 2,99$ потрапляють в число фінансово стійких, підприємства, для яких $I_6 < 1,81$ є безумовно нестабільними, а інтервал від 1,81 до 2,99 складає зону

невизначеності. В українській практиці приймалися численні спроби використання рахунку Е.Альтмана для оцінки платоспроможності та діагностики банкрутства. Однак відмінності у зовнішніх факторах, що здійснюють вплив на функціонування підприємства, спотворюють імовірнісні оцінки. Досвід використання вказаної моделі в ряді країн (США, Канаді, Бразилії, Японії) показав, що спрогнозувати вірогідність банкрутства за допомогою 5-факторної моделі за 1 рік можна з точністю до 90%, за 2 роки – до 70%, за 3 роки – до 50%.

Для оцінки фінансового стану підприємства і визначення ймовірності його банкрутства у 1972 р. Р. Ліс, досліджуючи підприємства Великобританії, отримав наступну формулу [15]:

$$I_6 = 0,063 X_1 + 0,092 X_2 + 0,057 X_3 + 0,001 X_4, \quad (6)$$

де X_1 – відношення обігового капіталу до суми активів;

X_2 – відношення операційного прибутку до суми пасивів;

X_3 – відношення нерозподіленого прибутку до суми пасивів;

X_4 – відношення власного капіталу до позикового.

Граничне значення I_6 в моделі (6) складає 0,037. Однак зовнішні фактори також не дають даній методиці в повній мірі відображати ситуацію і бути застосованою в якості моделі передбачення імовірності банкрутства.

Метод рейтингової оцінки фінансового стану підприємства пропонують використовувати Р.С. Сайфулін та Г.Г. Кадиков [1], які запропонували використовувати для експрес-оцінки фінансового стану підприємства рейтингове число:

$$R = 2 P_o + 0,1 P_{nl} + 0,08 P_u + 0,45 P_m + P_{np}, \quad (7)$$

де P_o – коефіцієнт забезпеченості власними коштами;

P_{nl} – коефіцієнт поточної ліквідності;

P_u – інтенсивність обігу авансованого капіталу, яка характеризує обсяг реалізованої продукції, яка приходить на 1 у.о. коштів, вкладених у діяльність підприємства;

P_m – коефіцієнт менеджменту, який характеризується відношенням прибутку від реалізації до величини виручки від реалізації;

P_{np} – рентабельність власного капіталу (відношення балансового прибутку до власного капіталу).

Якщо рейтингове число R є більшим за 1, то підприємство знаходиться у задовільному стані, якщо менше за 1 – у незадовільному.

Вченими Іркутської економічної академії була запропонована власна 4-факторна R-модель прогнозу ризику банкрутства:

$$R_6 = 8,38 S_1 + S_2 + 0,054 S_3 + 0,63 S_4, \quad (8)$$

де S_1 – відношення обігового капіталу до активів;

S_2 – відношення чистого прибутку до власного капіталу;

S_3 – відношення виручки до активів;

S_4 – відношення чистого прибутку до інтегральних витрат підприємства.

Англійська наука в особі Таффлера (Taffler) більше 30 років тому обґрунтувала чотирьохфакторну прогнозу модель платоспроможності підприємств, акції яких котируються на біржах (прогнозування ймовірності банкрутства компаній), яка має наступний вигляд:

$$I_6 = 0,53 Y_1 + 0,13 Y_2 + 0,18 Y_3 + 0,1 Y_4, \quad (9)$$

де Y_1 – відношення операційного прибутку до короткострокових зобов'язань;

Y_2 – відношення обігових активів до суми зобов'язань підприємства;

Y_3 – відношення короткострокових зобов'язань до суми активів;

Y_4 – відношення виручки від реалізації до суми активів.

Якщо величина інтегрального показника $I_6 > 0,3$, це говорить про те, що у підприємства непогані довгострокові перспективи, а якщо $I_6 < 0,2$, то банкрутство є більш ніж ймовірним. При $I_6 = 0,2...0,3$ підприємство знаходиться в так званій „зоні невизначеності”.

Безперечно цікавою і, як нам представляється, достатньо обґрунтованою є модель прогнозування ймовірності банкрутства Фулмера [1]. В робочому вигляді в моделі використовується всього 9 показників:

$$I_6 = 5,528 J_1 + 0,212 J_2 + 0,073 J_3 + 1,27 J_4 - 0,12 J_5 + 2,335 J_6 + 0,575 J_7 + 1,083 J_8 + 0,894 J_9 - 6,075, \quad (10)$$

де J_1 – відношення нерозподілених прибутків минулих років до сукупних активів;

J_2 – відношення об'єму реалізації до сукупних активів;

J_3 – відношення прибутку до сплати податків до сукупних активів;

J_4 – відношення грошових потоків до повної заборгованості;

J_5 – відношення суми боргу до сукупних активів;

J_6 – відношення поточних пасивів до сукупних активів;

J_7 – натуральним логарифм (\ln) від суми матеріальних активів;

J_8 – відношення обігового капіталу до повної заборгованості;

J_9 – натуральний логарифм (\ln) від величини відношення прибутку до сплати відсотків і податків до суми сплачених відсотків.

Автори моделі (10) стверджують, що прогноз банкрутства підприємствам з її використанням здійснюється у 98% випадків на рік вперед і у 81% випадків на два роки вперед. Отриманий результат розрахунку рекомендується

інтерпретувати наступним чином: Отриманий результат розрахунку можна одержати наступним прогнозом: настання неплатоспроможності неминуче при $I_6 < 0$; при $I_6 \geq 0$ компанія функціонує нормально. Недоліком моделі, на наш погляд, є її певна складність використання. По перше, дев'ять показників та вільний член в моделі (10) занадто ускладнюють розрахунки та зменшують їх точність, по друге, в модель включено в певній мірі протидіючі показники, особливі ті, що підпадають під дію натурального логарифма – J_7 та J_9 .

Висновки. Аналіз показує, що методики порівняльного аналізу в меншому ступені прийнятні для умов української економіки. Практика їх використання за даними українських підприємств і аналіз експертних висновків показали, що найбільш популярними є методи оцінки, засновані на аналізі фінансових коефіцієнтів. Це пов'язано, насамперед, з тим, що порівняльні методи передбачають широке використання експертизи, а національні підприємства або не мають вільних грошей для подібних досліджень, або не хочуть показувати своє реальне положення.

Проведене дослідження свідчить про те, що у сучасній економічній літературі існує достатня кількість методів, моделей діагностики кризового стану та загрози банкрутства суб'єктам господарювання, що належать до двох агрегованих категорій – сформовані на базі оціночних показників і на основі економіко-математичних та статистичних моделей. На підставі проведеного аналізу слід зробити висновок про те, що сьогодні немає єдиного підходу щодо прогнозування банкрутства підприємств, але, з погляду авторів цього дослідження, оціночні показники більш точно характеризують фінансовий стан підприємства та більш обґрунтовано можуть надати рекомендації для проведення санації та реструктуризації.

Список літератури: 1. Банкрутство і санація підприємства: теорія і практика кризового управління / Т.С.Клебанова, О.М.Бондар, О.В.Мозенков та ін. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 272 с. 2. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» // Відомості Верховної Ради. – 1992. – № 31. – С.440. 3. *Инструкция* по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности: Утв. постановлением Министерства финансов, Министерства экономики, Министерства статистики и анализа Республики Беларуси 14 мая 2004 г. № 81/128/65. -Б.г., б.г. 4. *Калюжний В.В., Михаліцька Н.Я.* Методи визначення ймовірності банкрутства підприємств // Ринкова трансформація економіки: Зб. наук. пр. - Х.: ХІБМ. – 2003. -Вип. 7. -С. 89-99. 5. *Ковалев А.П.* Діагностики банкрутства. –М.: АО «Финстатинформ», 1995. – 96с. 6. *Крюков А.Ф., Егорычев И.Г.* Анализ методик прогнозирования кризисной ситуации коммерческих организаций с использованием финансовых индикаторов / Менеджмент в России и за рубежом. 2001. – № 2. 7. *Лігоненко Л. О.* Антикризове управління підприємством: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій.– К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001.– 580 с. 8. *Лысаченко П.А.* Факторы банкрутства предприятий в Украине и пути их преодоления // Вестник Харьковского государственного политехнического университета. Технический прогресс и эффективность производства. – Харьков: ХГПУ. – 2000. – Вып. 92. – С. 96-99. 9. *Майборода О. Є.* Класифікація кризових явищ, кризоутворюючих факторів та методичного забезпечення діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємств. // Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2006. – Т. 3, вип. 215. – С. 793-800. 10. *Методика* проведення поглибленого аналізу фінансово-господарського стану неплатоспроможних підприємств та організацій: Затв. наказом Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств та організацій від

27 черв. 1997 р. № 81. – Б.м., б.р. **11.** *Методическое руководство* по анализу и оценке прав требования (дебиторской задолженности) при обращении взыскания на имущество организаций-должников / Стандарт оценки СТО ФДЦ 1305-98. -М., 1998. **12.** *Методичні рекомендації* щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства: Затв. наказом Мінекономіки України від 17 січ. 2001 р. № 10. – Б.м., б.р. **13.** *Михалицька Н.Я.* Механізми визначення ознак та ймовірності банкрутства підприємств// <http://www.academy.gov.ua/ej2/txts/soc/05mnjjbp.pdf> **14.** *Подсєвак В.В., Єлізарова К.С., Єлізаров І.Г.* Дослідження моделей прогнозування банкрутства на прикладі гірничо-збагачувального підприємства//Вісник КТУ.- Вип.23. – Кривий Ріг : КТУ, 2009.- С.300-305. **15.** *Терещенко О.О.* Фінансова санація та банкрутство підприємства. – К.: КНЕУ, 2000. – 412 с. **16.** *Altman E.I.* Financial Ratios, Discriminant Analysis and the Prediction of Corporate Bankruptcy // Journal of Finance. – 1968. – Vol.23. – No.4. – P. 589-609. **17.** *Beaver W.* Financial Ratios as Predictors of Failure // Journal of Accounting Research. – 1966. – No. 4. P. 71-111. **18.** *Beaver W.H., McNichols M.F., Rhee Jung-Wu.* Have Financial Statements Become Less Informative? Evidence from the Ability of Financial Ratios to Predict Bankruptcy (February 2, 2005) // http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=634921.

Надійшла до редакції 20.10.2013

УДК 658.31 : 665.011.7

Визначення ознак банкрутства: санація та реструктуризація підприємств / ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В. Л., ПЕРЕРВА П. Г. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 152–162. Библиогр.: 18 назв.

Проанализированы современные отечественные и зарубежные методы определения признаков и вероятности банкротства машиностроительного предприятия. Разработано рекомендации по сфере использования санации и реструктуризации в антикризисном управлении машиностроительными предприятиями.

Ключевые слова: банкротство, санація, реструктуризація, методические подходы, финансовая стойкость, признаки неплатежеспособности.

The modern domestic and foreign methods of determination of signs and probability of bankruptcy of machine-building enterprise are analysed. It is developed recommendation on the sphere of the use of sanaciya and restructuring in an antikrizovomu management machine-building enterprises.

Keywords: bankruptcy, sanaciya, restructuring, methodical approaches, financial firmness, signs of insolvency.

УДК 338.3

Е. П. ЧЕНЦОВА, канд. экон. наук, доц., Старооскольский технологический институт, Старый Оскол, Россия;

О. А. НОВИКОВА, ассистент, Старооскольский технологический институт;

А. Г. КОБЗЕВА, ассистент, Старооскольский технологический институт.

РАСЧЕТ РЕЙТИНГА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Инновационный потенциал как экономико-управленческая категория в настоящее время мало исследован, хотя на взгляд автора, в системе совокупного потенциала предприятия он является основным. Разработка теоретических положений, методов оценки и рекомендаций по использованию инновационного потенциала может помочь руководству предприятия правильно сориентироваться в современной ситуации и разработать комплекс мероприятий по стабильному и поступательному развитию предприятия.

Ключевые слова: инновационный потенциал, оценка, индикаторы.

Актуальность. В современных условиях хозяйствования инновационная деятельность является необходимым условием экономического роста. Преодоление последствий мирового финансового кризиса связано с инновациями. В последние годы основными показателями, характеризующими эффективность как экономики страны в целом, так и отдельного предприятия, стали уровень развития и степень использования инновационного и интеллектуального потенциала.

Для исследования инновационного потенциала предприятия выделим такие показатели, как удельный вес инновационной продукции в общем объёме производства; количество инновационных мероприятий, направленных на повышение эффективности производства; количество направлений по которым осуществлены научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы; отношение количества внедренных рационализаторских предложений к поданным; количество работающих, прошедших профессиональную подготовку и повысивших свою квалификацию. Перечень показателей, характеризующих использование инновационного потенциала ОЭМК, приведен в таблице.

Определяются приоритеты темпов изменения показателей путем установки весовых коэффициентов в фактическом динамическом ряду распределения и ряду распределения согласно среднему значению темпов изменения. Среднее значение темпов изменения показателей находится по формуле в соответствии со средней геометрической:

$$\bar{X} = \sqrt[k]{\prod_{i=1}^k x_i}$$

где \bar{X} – средняя темпов изменения показателей;

$\prod (x_i)$ – произведение темпов изменения показателей X_i за период времени от $i = 1$ до k .

Далее строится фактический динамический ряд (в порядке убывания).

Для определения меры взаимосвязи двух последовательностей ранжирования воспользуемся коэффициентом ранговой корреляции – Спирмена.

Коэффициент Спирмена рассчитывается по формуле:

$$K_s = \frac{\sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

$\sum_{s=1}^n d^2$ – сумма квадратов отклонений фактических рангов показателей от расчетных при $S = 1, 2, \dots, n$.

Очевидно, создание эффективной системы управления инновационным потенциалом – одна из приоритетных задач, стоящих перед руководством предприятий. Устранение барьеров, мешающих осуществлению инновационной

деятельности, представляет собой решающее условие развития потенциала и, следовательно, развития предприятия в целом.

Оценка инновационного потенциала проводится поэтапно. Данная методика позволяет охарактеризовать уровень инновационного потенциала и призвана помочь руководству предприятия проанализировать сложившееся состояние дел, выявить резервы повышения и выбрать приоритетные направления его развития. Для оценки инновационного потенциала установим индикаторы, которые объединены в семь групп по 10 показателей, охватывают все ключевые аспекты потенциала (таблица).

Таблица – Индикаторы инновационного потенциала

Группа индикаторов
1. Потенциал организации и технологии управления
1. Степень соответствия миссии предприятия целям ИП
2. Оправданность изменений в стандартах поведения и традициях
3. Репутация (имидж) предприятия и его товаров и услуг
4. Культура производства
5. Гибкость организационной структуры управления предприятием
6. Удельный вес управленческого персонала в общей численности работающих
7. Доля расходов на управление в общей сумме затрат
8. Готовность и способность менеджмента к восприятию нововведений
9. Организация системы контроля за выполнением решений
10. Организованность коммуникационных связей при осуществлении нововведений
2. Потенциал маркетинга
1. Соответствие применяемых концепций и стратегий маркетинга целям ИП
2. Квалификация специалистов по маркетингу
3. Полнота исследований рынка сбыта
4. Уровень конкурентоспособности продукции
5. Уровень исследований по новым товарам
6. Возможность развития товаров (услуг)
7. Развитость каналов сбыта
8. Уровень рекламной деятельности
9. Адекватность принятой политики ценообразования условиям рынка
10. Уровень предпродажного и послепродажного обслуживания
3. Потенциал исследований и разработок
1. Число специальных служб по исследованиям и разработкам
2. Квалификация и опыт кадров, занятых исследованиями и разработками
3. Степень востребованности исследований и разработок
4. Состояние лабораторной базы и испытательного оборудования
5. Число патентов и лицензий
6. Состояние информационного обеспечения процесса "исследования – разработки"
7. Процент новшеств, доведенных до реализации
8. Доля затрат на исследования и разработки в общей сумме затрат
9. Активность рационализаторской деятельности
10. Сотрудничество с другими организациями
4. Потенциал технологии и производства
1. Уровень новизны оборудования
2. Использование технологического потенциала

Окончание таблицы

3. Доступность и надежность источников сырья, материалов и комплектующих
4. Уровень фондовооруженности труда работников предприятия
5. Система обеспечения и контроля качества товаров
6. Уровень автоматизации и механизации производства
7. Безопасность производства
8. Экология производства
9. Уровень организации технического обслуживания
10. Уровень организации и планирования производства
5. Потенциал персонала
1. Уровень квалификации административно-управленческого персонала
2. уровень профессиональной подготовки производственного персонала
3. текучесть кадров
4. Удельный вес основных производственных рабочих в общей численности работающих
5. Возможность обучения и повышения квалификации
6. Наличие системы оценки персонала
7. Адаптация персонала к изменениям внутри предприятия
8. Участие персонала в осуществлении нововведений
9. Действенность системы мотивации труда работающих
10. Эффективность системы оплаты труда, принятой на предприятии
6. Потенциал финансовой базы
1. Финансовое здоровье и стабильность функционирования предприятия
2. Степень удовлетворения баланса
3. Уровень ликвидности и платежеспособности предприятия
4. Инвестиционная деятельность
5. Возможность привлечения средств
6. Степень деловой активности
7. Осуществление нововведений за счет собственных средств
8. Возможность получения кредита на осуществление инновационной деятельности
9. Рентабельность производства
10. Уровень финансовой независимости
7. Потенциал информационной базы
1. Степень соответствия нормативно-правовым актам
2. Степень соответствия стандартам и требованиям
3. Скорость документооборота внутри предприятия
4. Уровень автоматизации сбора, обработки, хранения и передачи информации
5. Активность коммуникационных связей внутри предприятия
6. Эффективность обратной связи между подразделениями
7. Доступность международных средств связи
8. Доступность информации о внешней среде предприятия
9. Эффективность процесса коммуникации с внешней средой
10. Степень сотрудничества с ассоциациями производителей

На основании анкет с оценками экспертов рассчитаем результирующий рейтинг инновационного потенциала путем алгебраического суммирования значений оценок индикаторов.

Вывод. На кафедре экономики и менеджмента СТИ НТУ МИСiС с помощью рассмотренной модели были проведены анализ и оценка инновационного потенциала ОАО «ОЭМК». В процессе анализа анкеты с

оценками экспертов было установлено, что рейтинг инновационного потенциала ОАО «ОЭМК» составляет 277,53 балла. Наименьшее количество баллов наблюдается при оценке потенциала информационной базы, маркетинга, исследований и разработок. Наиболее развитым на предприятия является потенциал персонала, технологии и производства.

Список литературы: 1. Д. Астанин, О.В. Масалытина Управление инновационным потенциалом предприятия // Молодые ученые – наука и производство: Сборник трудов всероссийской научно-практической конференции: Старый Оскол: СТИ МИСиС. – 2008. – Т.3. – С. 22-25. 2. Карпов Э.А., Ченцова Е.П., Черезов А.В. Управление инновационным потенциалом промышленного предприятия.- Старый Оскол, ООО ТНТ, 2001, – 112 с. 3. Новикова О.А., Ченцова А.С., Ченцова Е.П. Современные аспекты структуры инновационной деятельности// Управление современным инновационным обществом в посткризисный период (экономические, социальные, философские, правовые аспекты): Материалы международной научно-практической конференции (27 декабря 2010 г.): В 5-ти частях. – Ч. 4. / Отв. ред.. В.И. Долгий. – Саратов: Издательство «КУБиК», 2011. – 253 с.

Надійшла до редакції 05.10.2013

УДК 338.3

Расчет рейтинга инновационного потенциала предприятия / Ченцова Е. П., Новикова О. А., Кобзева А. Г. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 162–166. Библиогр.: 3 назви.

Інноваційний потенціал як економіко-управлінська категорія у теперішній час мало досліджений, хоча на погляд автора, у системі спільного потенціалу підприємства, він є основним. Розробка теоретичних положень, методів оцінки та рекомендацій з використання інноваційного потенціалу може допомогти керівництву підприємства правильно зорієнтуватися у сучасній ситуації та розробити комплекс заходів з стабільного та поступального розвитку підприємства.

Ключові слова: інноваційний потенціал, оцінка, індикатори.

Innovation potential as economic-managerial category is currently little studied , although the author's opinion , in the aggregate potential of the company , he is the principal . The development of theoretical positions , methods of assessment and recommendations for the use of innovative potential of the company's management can help to orient correctly in the current situation and develop a set of measures for stable and sustained development of the enterprise.

Keywords: innovation potential , evaluation , indicators.

УДК 33.338.48

К. О. ШИЛКІНА, аспірант, ХНТУ, Херсон

РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ В КОНТЕКСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ

В статті розглянуто поняття соціально-орієнтованого маркетингу як засобу впливу на громадянську думку та висвітлено найбільш поширені напрямки його впровадження. Описана концепція соціально-етичного маркетингу та наведено переваги від його впровадження. Розкрито напрямки реалізації заходів соціально-орієнтованого маркетингу на підприємствах туристичного бізнесу та представлено механізм реалізації засад соціально-орієнтованого маркетингу у контексті діяльності туристичного кластеру.

Ключові слова: соціально-орієнтований маркетинг (соціально-етичний маркетинг, соціальний маркетинг), туристичний кластер, соціально-відповідальний бізнес, імідж підприємства.

Вступ. Швидкий розвиток науково-технічного прогресу, збільшення кількості екологічного навантаження на навколишнє середовище, проблема перенаселення планети, збільшення кількості невиліковно хворих, соціально незахищених людей та бездомних дітей, проблема бідності, проблема алко-, тютюно- і наркозалежності та інші ставлять перед суспільством ряд соціальних питань, що потребують негайного втручання та вирішення.

Слова «соціальний», «соціальна проблема», треба розуміти максимально широко. Тут доречно думати і про соціум як такий, і про питання охорони здоров'я, і про екологію. Тобто про все, що має високу соціальну значимість і вплив на долі мільйонів людей [1]. Проте варто брати до уваги, що ці проблеми неможливо вирішити лише одній окремішій людині. Такі питання є стратегічно-орієнтованими для кожного окремо взятого суспільства та для людства взагалі. В першу чергу це стосується великих бізнес компаній, що мають значний вплив на споживача через мас-медіа та інші заходи реклами. Саме це спонукає багатьох виробників із різних сфер діяльності об'єднувати свої зусилля для вирішення соціальних проблем, а їх сумісні кампанії отримали назву соціально-орієнтованого маркетингу.

Ідея соціально-орієнтованого маркетингу полягає в тому, що вирішення соціальних проблем може бути ефективним як з точки зору комерції, так і з точки зору суспільної корисності. Вибирається соціальна проблема, що найбільш гостро стосується певного регіону, або найбільш відповідає місії та цілям підприємства. До вирішення такої проблеми підключається не тільки сама компанія, але і її клієнти. Найчастіше кошти на вирішення проблеми збираються через відрахування відсотка від продажу товарів і послуг, або шляхом проведення різноманітних акцій. Це допомагає створити систему цінностей компанії, залучає споживача, істотно підвищуючи позитивне ставлення покупців до компанії і спонукаючи їх робити покупки, а також допомагає звернути увагу людей до певної соціальної проблеми [1]. Заходи соціального маркетингу є досить новими для представників українського бізнесу, що робить дану актуальною, тим паче, що нові методи ведення бізнесу є невід'ємною складовою становлення соціально-відповідального бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питання соціально-орієнтованого маркетингу, набули своєї популярності за останні десятиліття. У доробках Крістофера Ебнера, Філіпа Котлера, Карена Фокса можна зустріти найбільш розширену інформацію щодо необхідності застосування концепції соціально-орієнтованого маркетингу, а також найбільш актуальні питання із його практичного застосування. Вітчизняні вчені також мають свою думку щодо питань розвитку механізмів впровадження та дії соціально-етичного маркетингу, зокрема це Соляк Любава, Ірина Лилик, Світлана Махнуша та інші. На жаль,

тема соціально-орієнтованого маркетингу досить нова для сприйняття не тільки для вітчизняного бізнес-простору, але й для зарубіжного, що ставить задачу подальшого вивчення даної проблеми.

Мета досліджень, постановка проблеми. Метою даної статті є визначення основних напрямків вивчення соціально-орієнтованого маркетингу для туристичного бізнесу та формування поглядів для застосування методів соціально-етичного маркетингу, як засобу підвищення іміджу та статусу туристичних підприємств регіону взагалі, та вчасності – у туристичному кластері.

Матеріали досліджень. Поняття соціально-орієнтованого маркетингу є досить дискусійним та протилежним. Існують такі його синоніми як соціально-етичний маркетинг, соціальний маркетинг та некомерційний маркетинг. Найбільші складності у розумінні поняття «соціально-етичний маркетинг» пов'язані із неточністю перекладу (більшість зарубіжних авторів використовують термін «соціальний маркетинг»), у той час як вітчизняні автори схиляються до поняття «соціально-етичний маркетинг», або його похідної «соціально-орієнтований маркетинг», які є частиною складної системи партнерських взаємовідносин, що мають назву соціально-відповідальний бізнес.

Соціально-орієнтований маркетинг розглядається як маркетинг, що полягає у розробці, реалізації та контролі соціальних програм, спрямованих на підвищення рівня сприйняття певними верствами громадськості окремих соціальних ідей, рухів або практичних дій та активну участь кожного бажаного у них [2].

Соціальний маркетинг відрізняється від комерційного головним чином своєю метою. Якщо мета комерційної організації – отримання прибутку, і цю мету допомагає досягти маркетингова стратегія, то соціальний маркетинг – це нова концепція соціальної відповідальності всіх членів суспільства, і він ставить за свою мету змінити поведінку великих груп людей на кращу для досягнення соціальної гармонії в суспільстві [3].

Таким чином, концепція соціально-етичного маркетингу ставить перед організацією завдання не тільки забезпечити бажаний рівень задоволення потреб та інтересів цільових ринків більш ефективним та продуктивним чином, ніж у конкурентів, але й зберегти та зміцнити добробут споживача та суспільства в цілому. Спочатку фірми прагнули досліджувати ринок лише з метою максимізації прибутку, згодом вони зрозуміли, що в довгостроковій перспективі боротьбу за прибуток виграє той, хто краще зуміє задовольнити потреби споживача. На цьому і базується концепція соціально-етичного маркетингу.

Розробка програм на користь всього суспільства, в яких поєднуються необхідні дослідження, реклама, просування, придбання репутації – це ті складові, що впливають на суспільну думку, а отже і на поведінку споживача.

Яким чином соціально-етичний маркетинг є актуальним для туристичної сфери та як його можна застосувати? Соціально-орієнтований маркетинг у туризмі досить нове явище, хоча його елементи є невід'ємною складовою таких видів туризму, як екологічний, пізнавальний, сільський тощо. Вітчизняна індустрія туризму знаходиться лише на стадії становлення, тому не тільки соціальному маркетингу, а й маркетингу збутовому є ще багато питань для вивчення. Туристична діяльність апріорі має на меті звернути увагу населення до таких природоохоронних заходів, як збереження цілісної флори та фауни, проблему переробки сміття, питання самобутності та самосвідомості народу, питання збереження та відновлення традицій і культурної спадщини тощо. Розвиток вітчизняних туристичних підприємств показує, що люди бажають відпочивати в екологічно-чистій місцевості, вживати у їжу екологічно-чисту продукцію та насолоджуватися своєю культурою, тобто потенційні споживачі продукції вже готові нести соціальну місію.

Соціальний маркетинг в цілому можна представити трьома етапами: переконання у певній проблемі, або окреслення певного питання (наприклад, що потрібна вторинна переробка сміття), соціальна практика, тобто формування певного стереотипу поведінки що допомагає вирішити цю проблему (наявність у туристичного об'єкту свого місця для утилізації сировини, її вторинної переробки та представлення цього елементу, як частини туристичного продукту, при цьому кожен турист має обов'язково скористуватися ним під час свого перебування на території), та соціальний продукт, тобто те, що отримає кожен окремий споживач та нація взагалі (чиста територія, збережені ліси, вода та праця, а також формування нового світогляду у населення про те, що треба берегти природу).

Яким саме чином можливе завоювання уваги та довіри споживача, при цьому зробити можливим вирішення глобальних суспільних проблем через використання методів соціального маркетингу у туристичному бізнесі, якщо дані проблеми потребують великих капіталовкладень, професійних навичок та дій з боку різних верств населення?

Вирішення досягнення цілей соціально-економічного маркетингу та отримання прибутку не під силу жодному окремому підприємству, яким би воно великим не було та яким би капіталом не володіло. Це пов'язано із специфікою його діяльності, як прибуткової організації. Згідно чинного законодавства ефективно діючі громадські організації, благодійні фонди, асоціацій і подібні організації відносяться до «неприбуткових». Але незважаючи на їх мету –

розвиток громадянського суспільства і країни в цілому, – всі ці організації дуже залежні від джерел фінансування, доступу до ЗМІ, державних структур і великих суспільних груп. Обмеженість таких ресурсів створило в останні роки сильну конкуренцію, особливо в великих містах, де концентрація таких організацій досить велика. Безперечно, така ситуація підштовхує усіх до розвитку, навчання і професійного росту спеціалістів і використання нових для громадської сфери технологій [4]. Тому можна зробити висновок, що лише у взаємодії представників бізнесу, науки, громадськості та влади можливе вирішення не тільки соціальних проблем, а й покращення рівня життя для усіх членів суспільства та досягнення мети маркетингу. Найбільш повною формою партнерських взаємовідносин, де взаємодіють ці усі компоненти є кластер. Туристичний кластер – являє собою групу географічно локалізованих підприємств, що сформувались на базі туристичних активів регіону та пов'язані з обслуговуванням туристів.

За оцінками фахівців у туристичній сфері кластерний підхід може забезпечити підвищення економічної ефективності господарської діяльності кластерів на регіональному рівні через розвиток та удосконалення туристичної та рекреаційної інфраструктури для формування якісних туристичних продуктів. Допомогає створювати та розвивати туристичний продукт у регіоні з урахуванням збереження навколишнього середовища та відродження природного потенціалу [5]. Саме у кластері можливе залучення реальних організаційно-економічних, соціальних, фінансових, ринкових, інформаційних, правових механізмів і технологій управління, а також розробка, обґрунтування програм і бізнес-планів розвитку рекреаційних підприємств. Об'єднання в кластери дає можливість залучати фінансові ресурси шляхом об'єднання спільних фінансових можливостей підприємств того чи іншого кластера, залучення інвестицій через спільну участь в інвестиційних програмах, отримувати фінансування через гранти тощо. При цьому забезпечується обмін інформацією, а також можливість виходу на зовнішні ринки [6]. Таким чином, туристичний кластер можна розглядати як найбільш відповідну форму взаємодії усіх її елементів для досягнення економічних та соціальних цілей. Соціально-орієнтований маркетинг є найкращою формою просування ідей кластеру та залучення нових клієнтів, а відповідно – отримання прибутку, при цьому буде відбуватися втілення у життя нових соціальних цінностей, формування екологічного мислення та залучення усіх членів суспільства для вирішення актуальних питань.

Будь-який кластер, чи то індустріальний, чи то туристичний, має на увазі нерозривність економічних принципів існування компаній, установ і організацій та їх соціальної відповідальності перед суспільством. На практиці це означає

виділення компаніями різних ресурсів на підтримку соціально значущих областей, з метою формування середовища для розвитку бізнесу та створення сприятливої громадської думки про компанію, а партнерами для виконання таких програм є сама громадськість.

Що отримують компанії від різних соціальних заходів, які вони фінансують, або підтримують? За даними більшості західних досліджень, корпорації у своїй благодійній діяльності переслідують не фінансову вигоду, а поліпшення корпоративного іміджу та зростання довіри до компанії. Але такий невлесний чинник як імідж має цілком певні економічні «наслідки» для компанії. Соціально-орієнтований маркетинг є важливим фактором формування громадської позиції та системи цінностей, просування бренду й соціальних ідей. Його складові є потужним інструментом формування громадської думки, а відповідно – формування попиту та моди саме на той туристичний продукт, на який найбільше спрямоване суспільство. Для умов України це вельми необхідно, оскільки саме цей вид маркетингу сприяє соціальній підтримці населення, відновленню гуманістичних стосунків між людьми, формуванню нового екологічного мислення, а на цій основі – розвитку нових економічних зв'язків та побудові громадянського суспільства [2].

Висновки. Соціально-етичний маркетинг є новим явищем для підприємств не тільки вітчизняної туристичної індустрії, а й для закордонних компаній. Оскільки туристична діяльність в своїй основі містить таку складову, як захист та збереження цілісної флори та фауни, екологічно-чисту діяльність, виготовлення екологічно-чистої продукції, підтримання питання самобутності та самосвідомості народу, питання збереження та відновлення традицій і культурної спадщини, то напрямки для розвитку соціально-етичного маркетингу у даній галузі вже сформовані та є підґрунтям для розвитку самої галузі. Заходи соціально-етичного маркетингу формують не тільки позитивні настрої у суспільстві, а й залучають прихильність та лояльність споживачів, які є невід'ємною складовою цього суспільства. Формування позитивного іміджу компанії, вирішення соціальної проблеми, формування нової громадянської думки та отримання лояльності споживачів – це ті переваги, що отримуються при впровадженні заходів соціально-етичного маркетингу. У зв'язку із складністю впровадження та реалізації програм соціально-етичного маркетингу, найбільш сприятливою формою взаємодії між учасниками є кластер. На жаль, не тільки питання впровадження та реалізації заходів соціально-етичного маркетингу є недостатньо вивченими, а й механізм діяльності туристичного кластеру є досить складним поняттям. Це дає підстави для подальшого вивчення даної теми.

Список літератури: 1. Соціально-етичний маркетинг. Електронний ресурс – режим доступу: http://ua-referat.com/Соціально-орієнтована_маркетинг. 2. Махнуша С., Жолудєва А. Соціальний маркетинг: сутність, види, стан в Україні. 3. Білінов А.О., Кашикорова С.П. Роль громадських структур у лобіюванні інтересів бізнесу // Маркетинг. 2007. № 3. 4. Соціально-етичний маркетинг. Електронний ресурс – режим доступу: <http://referat.booksgid.com/online/119108>. 5. Дишловий І.М. Особливості функціонування регіонального рекреаційно-туристичного кластеру та його регулювання. – Экономика и управление № 6 – 2010г. – С.69-75. 6. Семенов В.Ф. Регіональний рекреаційний кластер у контексті структурної перебудови економіки регіону / В.Ф Семенов, В. Мозгальова, І. Давиденко // Регіональна економіка.– 2006. –№3 – С.78-89.

Надійшла до редакції 15.10.2013

УДК 33.338.48

Реалізація соціально-орієнтованого маркетингу в контексті діяльності туристичного кластеру / Шилкіна К. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 166–172. Библиогр.: 6 назв.

В статье рассмотрено понятие социально-ориентированного маркетинга, как средства влияния на общественное мнение, а также освещены наиболее распространенные направления его внедрения. Описана концепция социально-этического маркетинга и приведены преимущества от его использования. Раскрыты направления реализации мер социально-ориентированного маркетинга на предприятиях туристического бизнеса и представлен механизм реализации принципов социально-ориентированного маркетинга в контексте деятельности туристического кластера.

Ключевые слова: социально-ориентированный маркетинг (социально-этический маркетинг, социальный маркетинг), туристический кластер, социально-ответственный бизнес, имидж предприятия.

The article considers the concept of socially oriented marketing as a means of influencing public thought and addresses the most common directions of its implementation. Explains the concept of socio-ethical marketing and the benefits from its implementation. Disclosed directions of realization of measures of socially-oriented enterprise marketing of the tourist business and the mechanism of implementation of the principles of socially-oriented marketing in the context of the tourism cluster.

Keywords: social marketing (socio-ethical marketing), the tourism cluster, socially responsible business, a company's image.

УДК 658.012

С. В. ШИШКОВСЬКИЙ, аспірант. Національний університет «Львівська політехніка», Львів

МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянуто підходи до ідентифікації розвитку та формування етапів життєвого циклу підприємства. Розроблено графічну інтерпретацію альтернатив розвитку підприємств. Висвітлено особливості діяльності підприємств в мінливих умовах. Запропоновано моделі розвитку підприємств, що базуються на зміні складових розвитку з врахуванням специфіки функціонування вітчизняних підприємств.

Ключові слова: розвиток підприємства, модель розвитку, життєвий цикл підприємства, потенціал.

Вступ. Загострення конкуренції на ринку, нестабільність стану економіки та посилення невизначеності в функціонуванні підприємств зумовлюють зміни економічних умов. Підприємствам необхідно адаптуватись до мінливості середовища, але при цьому не зупинитись в своєму розвитку. Все це вимагає

використання сучасних інструментів до ідентифікування та оцінювання розвитку підприємств.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Розвитку підприємств присвячено ряд праць вітчизняних та зарубіжних науковців таких, як: С. Агапцов, К. Адамс, Н. Афанасьєв, П. Друкер, Б. Бачевський, Н. Георгіаді, Л. Запасна, Р. Каплан, М. Кеннерлі, О. Кузьмін, О. Мельник, Л. Мельник, С. Мочерний, А. Мордвінцев, Е. Нілі, Т. Надтока, Ю. Погорелов, О. Раєвнева, М. Тимошук, О. Федонін, Й. Шумпетер та інших. В цих роботах сформовано теоретичні та методичні положення, щодо визначення сутності та управління розвитком підприємств. Розроблено ряд підходів до оцінювання та моделювання розвитку, що не завжди враховують специфіку діяльності промислових підприємств в Україні. В сучасних умовах ідентифікація та специфікація розвитку потребує подальшого дослідження.

Мета досліджень. Метою дослідження є ідентифікація розвитку та формування моделей процесу змін на підприємствах.

Матеріали досліджень. Розвиток підприємства як процес набуття соціально-економічною системою нових якісних, кількісних чи структурних властивостей передбачає зміну параметрів стану [1;2]. Система трансформується через зростання, активізацію чи реструктуризацію складових елементів.

Зростання передбачає розширення розмірів підприємства, його потенціалу та масштабів діяльності [3;4]. В праці [5] пропонується поділяти зростання на три види: горизонтальне, вертикальне та диверсифіковане.

Активізація відбувається за рахунок інтенсифікації ділової активності підприємств, через налагодження та посилення комунікації з контактною аудиторією (постачальники, збутовики, клієнти, конкуренти і т.і.). Реструктуризація характеризується перебудовою взаємозв'язків в системі та зміною менеджменту підприємства, тобто вибором нового стилю керівництва, перегляд організаційної структури управління тощо (див. рис.).

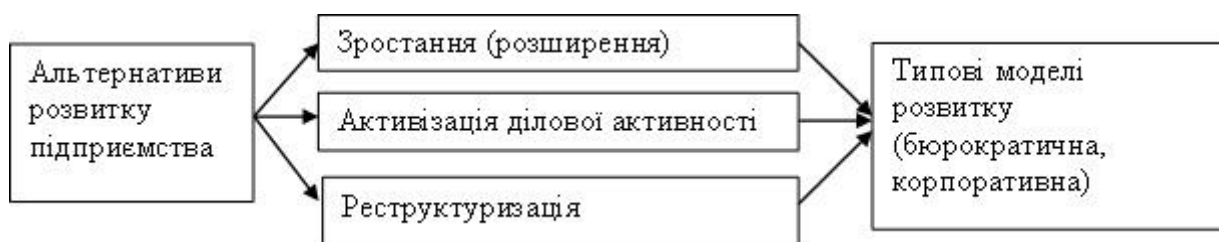


Рис. – Альтернативи розвитку підприємств*

*Складено за [4;6]

Бюрократична модель розвитку передбачає функціональну спеціалізацію, орієнтацію на підвищення ефективності виробництва, чисельність працівників

збільшується лише зі зростанням попиту та скорочується при його спаданні, тобто працівники вважаються відтворювальним ресурсом.

Корпоративна модель розвитку передбачає співробітництво та задоволення споживача, основною орієнтацією є розвиток і навчання працівників з метою максимізації нематеріальних активів, впровадження інновацій, використання інструментів оптимізації для збільшення збуту продукції та раціонального використання основних засобів.

Дві типові моделі мають істотні переваги, щодо їх дієвості, проте в рамках сучасних тенденцій до сталого та відповідального функціонування підприємств існують і недоліки, а саме вони передбачають скорочення працівників (збільшення безробіття), мінімізацію витрат на сировину і матеріали (погіршення екології) та спрямованість на отримання короткострокового прибутку з метою формування високих показників результативності.

Саме тому важливим видається не лише розвиток для досягнення максимального прибутку, але забезпечення збалансованого і сталого функціонування підприємства в процесі трансформації у мінливих зовнішніх умовах.

Причиною розвитку підприємства може стати як діагностування проблем в функціонуванні (криза), так і зміна умов діяльності. У разі якщо стан підприємства є стабільним, а діяльність успішною, то доцільною постає реалізація планового розвитку. Вибір окремого напрямку розвитку чи їх поєднання залежить від етапу життєвого циклу, на якому перебуває підприємство, та темпів зміни ринку.

У праці [7, с. 82-89] розглянуто та проаналізовано ряд підходів до виділення етапів життєвого циклу підприємства вітчизняними і зарубіжними науковцями. Встановлено, що спільним для ряду моделей життєвого циклу підприємства є розгляд його з позиції зміни структурних характеристик системи та зміни людського ресурсу. Технічні та інноваційні характеристики залишаються поза увагою науковців. Також розглянуто фінансові підходи до виділення етапів життєвого циклу через врахування фінансового, інвестиційного і операційного грошових потоків.

В науковій літературі прийнято виділяти етапи життєвого циклу підприємства з певною метою, а саме – запобігання банкрутству підприємства, встановлення фінансової стійкості, формування організації чи подолання кризи. Проте, такі доробки не враховують реалій функціонування промислових підприємств в Україні, а саме:

- підприємства вже давно функціонують на ринку і на момент їх аналізування та оцінювання знаходяться на певних етапах життєвого циклу;
- ринок машинобудівної продукції є насиченим та високо конкурентним;

– нове промислове підприємство у більшості випадків має лише формальні ознаки, оскільки змінюється лише його реквізити «де юре», а «де факто» працівники, активи, менеджмент залишається той же;

– спеціалізовані приватні підприємства, що створені та функціонують для забезпечення материнської компанії, не мають стимулів до адаптації, оскільки вони сформовані для аутсорсингу певних процесів з метою зниження витрат;

– державні підприємства забезпечують обслуговування потреб монопольних організацій і цілком знаходяться під управлінням державних органів, тому у багатьох випадках менеджмент здійснюється ситуативно. Управлінські рішення приймаються як реакція на ситуацію, що формується працівниками, постачальниками, замовниками та керуючими державними органами.

Зважаючи на розглянуті особливості функціонування промислових підприємств в Україні доцільно виділити такі види розвитку за чинниками виникнення:

– проблемний (або кризовий) розвиток як реакція (рефлекс) підприємства на виникнення проблем у функціонуванні та низькій результативності;

– ситуативний розвиток залежить повністю від умов функціонування, що диктуються середовищем, може бути як активним, так і пасивним;

– плановий (директивний чи індикативний) розвиток передбачає чітко визначені цілі та зміни для досягнення планової мети, може здійснюватись шляхом поступової адаптації чи активних дій.

Розвиток підприємства базується на трьох складових зміни: потенціалу (ПП), функціонування (ФП) та результативності (РП) [8; 9]. Відповідно комбінація таких елементів зумовлює появу ряду базових моделей розвитку, які передбачають:

– зростання підприємства, що проявляється в зміні масштабів як активів, так і рівня операційної діяльності:

$$\Delta\text{ПП}\rightarrow\text{var}, \Delta\text{ФП}=\text{const}, \Delta\text{РП}\rightarrow\text{var}; \quad (1)$$

– активізація підприємства, що полягає в інтенсифікації ділової активності та налагодженні комунікацій:

$$\Delta\text{ПП}=\text{const}, \Delta\text{ФП}\rightarrow\text{var}, \Delta\text{РП}\rightarrow\text{var}; \quad (2)$$

– реструктуризація підприємства, що реалізується через зміну структури складових підприємства, при незмінному потенціалі і рівні функціонування та призводить до зміни результативності (характерне для проблемних випадків):

$$\Delta\text{ПП}=\text{const}, \Delta\text{ФП}=\text{const}, \Delta\text{РП}\rightarrow\text{var}; \quad (3)$$

– комплексний розвиток підприємства за умови збалансованості складових:

$$\Delta\Pi\rightarrow\text{var}, \Delta\Phi\Pi\rightarrow\text{var}, \Delta\rho\Pi\rightarrow\text{var}; \quad (4)$$

– зупинка розвитку підприємства:

$$\Delta\Pi=\text{const}, \Delta\Phi\Pi=\text{const}, \Delta\rho\Pi=\text{const}. \quad (5)$$

Висновки. Проведене дослідження дало змогу виокремити види розвитку за чинниками виникнення. Виділити альтернативи розвитку підприємств в мінливих умовах. Розглянуто переваги та недоліки сучасних підходів до визначення етапів життєвого циклу підприємства. Запропоновано моделі розвитку підприємств, що базуються на зміні складових розвитку з врахуванням специфіки функціонування вітчизняних підприємств.

Список літератури: 1. *Погорелов Ю. С.* Модель оцінки розвитку підприємства / Ю. С. Погорелов // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Серія "Економічні науки". – 2010. – № 5. – С. 46 – 55. 2. *Афанасьев Н.В.* Управление развитием предприятия: [монография] / Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. – Х. : Издательский дом «ИНЖЭК», 2003. – 184 с. 3. *Бондар Н. М.* Сучасні тенденції розвитку підприємств [Електроний ресурс] / Н. М. Бондар. – Режим доступу: <http://business-consultant.com.ua/publicaciiub101.html>. 4. *Запасна Л.С.* Економічна сутність розвитку підприємства / Л.С. Запасна // Проблемы материальной культуры. – Экономические науки. – №2. – 2007. – С. 32-37. 5. *Чумак Л.Ф.* Сучасні тенденції розвитку підприємств [Електроний ресурс] / Л. Ф. Чумак. – Режим доступу: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201264/chumak.html>. 6. *Кривов'язюк І. В.* Трансформаційна модель розвитку підприємств / Кривов'язюк І. В., Кривов'язюк Л. В. // Економічний форум. – Луцьк: Редакційно-видавничий відділ ЛНТУ. – №3. –2012. – С. 292-299. 7. *Матюшенко О.І.* Життєвий цикл підприємства: сутність, моделі, оцінка / О.І. Матюшенко // Проблеми економіки. – Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. – № 4. – С. 82-91. 8. *Шишковський С. В.* Концепція оцінювання рівня та управління розвитком підприємств / Р. В. Фещур, В. Ю. Самуляк, С. В. Шишковський // Дисбаланси та детермінанти соціально-економічного розвитку країни: монографія. / за заг. ред. д.е.н. проф. З. П. Коровіної, к.держ.упр., доц. О. М. Ніколаєвої; Макіївський економ.-гуманіт. ін.-т. – Донецьк: Видавець Дмитренко Л.Р., 2013. – С. 79-87. 9. *Шишковський С. В.* Сутність та класифікація індикаторів соціально-економічного розвитку підприємства / Р.В. Фещур, С. В. Шишковський, Н. Р. Яворська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: «Логістика». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – № 749. – С. 497-501.

Надійшла до редакції 25.10.2013

УДК 658.012

Моделі розвитку підприємств / Шишковський С. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 172–176. Библиогр.: 9 назв.

В статье рассмотрены подходы к идентификации развития и формирования этапов жизненного цикла предприятия. Разработано графическую интерпретацию альтернатив развития предприятий. Освещены особенности деятельности предприятий в меняющихся условиях. Предложены модели развития предприятий, базирующихся на изменении составляющих развития с учетом специфики функционирования отечественных предприятий.

Ключевые слова: развитие предприятия, модель развития, жизненный цикл предприятия, потенциал.

Approaches to the identification of development and forming of the life cycle stages of an enterprise are considered in the paper. A graphical interpretation of alternative enterprises is developed. The specific features of enterprises activity in changing conditions are highlighted. The models of enterprises development, based on the changes in the components considering the specifics of functioning of domestic enterprises are proposed.

Keywords: enterprise development, development model, enterprise life cycle, potential.

УДК 658.26:334.716

С. С. ШТОНДА, магістрант, НТУ «ХПІ»**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ПІДПРИЄМСТВ ЕНЕРГЕТИЧНОГО МАШИНОБУДУВАННЯ
УКРАЇНИ**

У роботі проведено аналіз сучасного стану енергетичного машинобудування України, в ході якого було виявлено його роль у зміцненні електроенергетичного комплексу країни, характерні особливості й актуальні проблеми цього напрямку машинобудування на даному етапі. Було визначено можливі напрями подальшого розвитку енергомашинобудування, що потребують поглибленого вивчення й розробки конкретних практичних завдань у майбутньому.

Ключові слова: енергетичне машинобудування, енергетична незалежність, власні потужності, імпорт енергообладнання.

Вступ. Машинобудування є важливою складовою промислового комплексу будь-якої країни. Від ступеню злагодженості роботи машинобудівних підприємств, а також застосування ними останніх досягнень науково-технічного прогресу напряму залежить рівень оснащеності економіки матеріально-технічною базою. Діяльність підприємств енергетичного машинобудування як спеціалізованого напрямку машинобудівного комплексу є особливо стратегічно значимою, оскільки через її здійснення задовольняються потреби електроенергетичного комплексу держави в обладнанні. Сьогодні аналітики все частіше говорять про необхідність прагнення до енергетичної незалежності України на шляху покращення стану економіки та соціального добробуту населення. Досягнення цієї складної довгострокової мети потребує серйозного вдосконалення й зміцнення внутрішнього електроенергетичного комплексу країни. Подальший розвиток комплексу вимагає, в свою чергу, відповідного розвитку суміжних напрямів промисловості, у тому числі й енергетичного машинобудування, що відіграє роль постачальника матеріально-технічної бази комплексу.

Аналіз останніх досліджень та літератури Сучасним проблемам та довгостроковим перспективам розвитку вітчизняних підприємств енергетичного машинобудування присвячені праці науковців Ю.М.Мацевитого, А.К. Шидловського [1], О.Н Зайцева [2], Ю. М Кравець [3], Г. С. Простакова [4], О. М. Богми [5], та інших. Проте, зважаючи на особливу стратегічну значимість діяльності комплексу енергетичного машинобудування у зміцненні економіки країни та посиленні її міжнародних позицій, існує потреба у подальшому вивченні зазначених питань.

Мета досліджень, постановка проблеми Визначення головних складностей та напрямів розвитку підприємств комплексу енергетичного машинобудування є актуальною проблемою для сучасної науки і техніки при

формуванні й розробці конкретних практичних завдань, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємств даного напрямку у майбутньому. Метою дослідження є визначення головних характеристик, притаманних сучасному стану енергетичного машинобудування України, основних проблем та можливих шляхів розвитку підприємств даного напрямку.

Матеріали досліджень Українські підприємства енергетичного машинобудування виготовляють обладнання для всіх видів електростанцій, в тому числі парових гідравлічних турбін, атомних реакторів, генераторів, котлів, дизельних моторів, електроапаратури, кабелю і пр. Дані підприємства, як правило, займаються виробництвом унікального енергетичного обладнання, що відповідає індивідуальним потребам споживача. Для підприємств енергетичного машинобудування України характерним є одиничний та дрібносерійний тип виробництва, їм часто притаманний повний цикл виготовлення продукції.

На сьогоднішній день підприємства енергетичного машинобудування України працюють доволі стабільно. Завдяки довгостроковості виконання замовлень продукції вони є менш вразливими до світових економічних потрясінь, ніж підприємства інших напрямів важкого машинобудування. Серед визначальних факторів стійкості енергетичного машинобудування можна виділити також наявність власної дослідної та науково-конструкторської бази та існування коопераційних зв'язків, налагоджених ще з часів існування Радянського Союзу.

На вітчизняному ринку енергообладнання працює десяток крупних підприємств енергетичного машинобудування, які виготовляють близько 70% всього обладнання в країні. Головними представниками енергетичного машинобудування України є підприємства ПАТ «Запоріжтрансформатор» (м. Запоріжжя), ПАТ «НВО ім. Фрунзе» (м. Суми), ДП «Зоря-Машпроект» (м. Миколаїв), ПАТ «Енергомашспецсталь» (м. Краматорськ), ВАТ «Турбоатом» (м. Харків), ДП «Електроважмаш» (м. Харків), ДП «Харківський електромеханічний Завод» (м. Харків). Варто зазначити, що кожне з цих підприємств спеціалізується на виробництві окремих видів обладнання для електроенергетичного комплексу, отже за основною продукцією більшість з них є підприємствами-монополістами на певному сегменті ринку енергообладнання України. За даними джерела [6] була визначена структура ринку енергетичного обладнання України 2011 року за обсягами реалізації продукції підприємствами енергомашинобудування та побудована діаграма, що представлена на рисунку.

Як бачимо з діаграми, до трійки лідерів ринку енергообладнання України входять ПАТ «Запоріжтрансформатор» (із 18% частки ринку та доходом 3,717 млрд. грн.), ПАТ «НВО ім. Фрунзе» (із 14% частки ринку та доходом 2,840 млрд. грн.) і ДП «Зоря-Машпроект» (із 13,5 % частки ринку та доходом 2,652

млрд. грн.). Загальний обсяг реалізації продукції енергомашинобудування у 2011 році складав 19,6 млрд. грн., з темпом росту 130% (13,7 млрд. грн.) до попереднього року. [7;8;9]

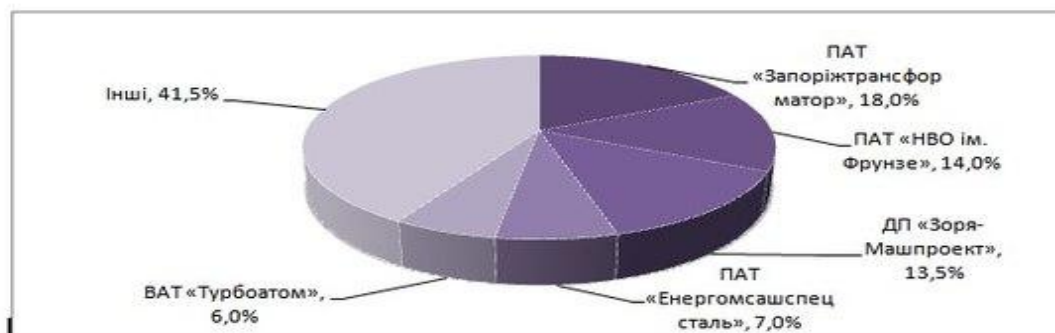


Рис. – Ринкова структура енергетичного обладнання України.

Вітчизняне енергетичне машинобудування – експортноорієнтований напрямок машинобудування України. Більша частина виготовленого в країні обладнання реалізується на зовнішніх ринках (в середньому 70-90%) [1], де вітчизняна продукція складає гідну конкуренцію обладнанню підприємств «General Electric», «Siemens», «ABB», «Alstom» та ін. Згідно даних джерела [10] сумарна вартість основних видів експортованої продукції енергетичного машинобудування (в даній статті проводиться аналіз продукції за кодами УКТ ЗЕД 8401-8411, 8501, 8502, 8504) у 2012 році складала близько 15,2 млрд. грн. Темп росту до попереднього року склав 0,82% (18,5 млрд. грн.), що відображує загальне зменшення обсягів реалізації продукції енергетичного машинобудування у 2012 році в порівнянні з 2011 роком, левину частку якої складає експорт. Найбільша частка експорту припадає на двигуни турбореактивні, газові турбіни (50 %), а також на трансформатори електричні, статичні перетворювачі електричні (25%). Стосовно ж географічної структури експорту енергетичного обладнання 2012 року, найбільша частка продукції була реалізована на ринках країн СНД (77%) та країн Азії (18%).

Варто зазначити, що на даному етапі розвитку наявні обсяги виробництва вітчизняного енергомашинобудування недостатні для повного забезпечення матеріально-технічною базою енергетичного комплексу України. Брак необхідної кількості деяких видів енергетичного обладнання компенсується за рахунок імпорту даної продукції. Згідно даних джерела [10] розмір імпорту основних видів продукції енергетичного обладнання складав у 2012 році близько 14,1 млрд. грн., з темпом росту 0,71% (19,8 млрд. грн.) до попереднього року, що є позитивною динамікою. Найбільша частка імпорту даної продукції припадає на

реактори ядерні, а також на електрогенераторні установки та обертові електричні перетворювачі – 35% та 18% відповідно. Зауважимо, що в 2012 році торгівельне сальдо за основними видами продукції енергетичного обладнання було позитивним, а у 2011 році – негативним.

Як вже зазначалося раніше, подальше зміцнення енергетичної незалежності країни потребує розвитку підприємств енергетичного машинобудування України. Проте на сьогоднішній день існують певні проблеми, що помітно стримують подальший розвиток вітчизняного енергомашинобудування. Це перед усім значна фізична й моральна зношеність основних фондів підприємств та недостатнє фінансування модернізації обладнання; висока енергоємність та матеріалоємність застарілих виробничих технологій; обмежений і несформований внутрішній попит; відсутність крупносерійного виробництва освоєної продукції; недостатньо розвинений ринок матеріалів та комплектуючих, а також загальні для всіх промислових підприємств проблеми недостатньої державної підтримки підприємств і законодавчих та податкових обмежень.

Основним стратегічним напрямом розвитку вітчизняного енергомашинобудування є максимально можливе задоволення потреб електроенергетичного комплексу за рахунок розробки і виробництва власного обладнання й зведення до мінімуму обсягів імпорту. [1] На нашу думку, при поступовому розв'язанні зазначених проблем та при більш повному й грамотному використанні існуючого потенціалу енергомашинобудівного комплексу України, розвиток підприємств комплексу у заданому напрямі є цілком реальним. Сьогодні більшість головних енергомашинобудівних підприємств не повністю використовують власні виробничі потужності, таким чином, при повному їхньому завантаженні можуть бути значно зменшені обсяги імпорту продукції, освоєної на вітчизняних підприємствах. До того ж на базі існуючих виробничих потужностей можливе розгортання виробництва обладнання, що дотепер не було достатньо налагоджене в Україні, а саме, наприклад, ядерних реакторів, котлів, деяких видів допоміжного обладнання.

Результати досліджень У ході проведеного дослідження було з'ясовано, що на сьогоднішній день комплекс енергетичного машинобудування України працює доволі стабільно у порівнянні з підприємствами інших напрямів машинобудування. Однак на даному етапі розвитку вітчизняне енергомашинобудування не справляється із стратегічним завданням забезпечення обладнанням електроенергетичного комплексу країни в повній мірі. Унаслідок цього, актуальною постає проблема не виправдано високих обсягів імпорту енергетичного обладнання в Україну та стримування розвитку підприємств внутрішнього ринку. Таким чином, сьогодні є необхідним подальше

формування конкретних практичних організаційних, технологічних, технічних та інших завдань для комплексу енергомашинобудування, через впровадження яких будуть вирішуватися висвітлені у даній статті проблеми, більш повно і раціонально використовуватися наявні потужності вітчизняних підприємств та відбуватиметься подальший розвиток електроенергетичного комплексу України.

Висновки Енергетичне машинобудування є стратегічно важливим напрямом машинобудівного комплексу України, завдяки ролі постачальника матеріально-технічної бази електроенергетичного комплексу країни. Сучасне вітчизняне енергомашинобудування представлено десятком крупних підприємств, що виготовляють близько 70 % всієї продукції та лідерами за обсягами реалізації серед яких є ПАТ «Запоріжтрансформатор», ПАТ «НВО ім. Фрунзе» і ДП «Зоря-Машпроект». Енергетичне машинобудування – це експортноорієнтований напрямок машинобудівного комплексу, й найбільша частка в загальному обсязі експорту припадає на двигуни турбореактивні, газові турбіни, а також на трансформатори електричні, статичні перетворювачі електричні. Через недостатні обсяги виробництва в країні деяких видів енергообладнання, обсяги імпорту є досить великими – вони є співвідносними з експортом даної продукції, а найбільшу частку в структурі експорту складають реактори ядерні, і електрогенераторні установки та обертові електричні перетворювачі. На сьогоднішній день головним стратегічним напрямом розвитку вітчизняного енергомашинобудування є максимальне забезпечення потреб енергетики продукцією власного виробництва, проте існує ряд проблем, що стримують подальший розвиток напряму та потребують їх негайного вирішення.

Список літератури: 1. *Мацевитий Ю.М.* Напрями розвитку електроенергетики та енергомашинобудування / *Ю. М. Мацевитий, А.Д. Шидловський* // Вісник НАН України.-2006.-№ 2.- С.17-23. 2. *Зайцев О.Н.* Украинский энергомаш восстанавливает силы / *О.Н. Зайцев* // Металл бюллетень Украина. – 2005. № 3 (93). – С. 28–48. 3. *Простаков Г.С.* Энергетическое машиностроение. Отрасль старой закалки / *Г.С. Простаков* // Інвестиційна газета. –2005. – № 11 (490). – С. 14–15. 4. *Кравець Ю. М.* Енергобезпека країни та об'єднання в енергомашинобудуванні // Дзеркало тижня. – 2005. – № 33. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dt.ua> . 5. *Богма О.М.* Визначення проблем та перспектив розвитку вітчизняних підприємств енергетичного машинобудування / *О.М. Богма* // Держава та регіони. Серія: економіка та підприємництво. – 2010. – № 1. – С.36-40. 6. Офіційний сайт Кредитпромбанку. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kreditprombank.com> 7. Офіційний сайт ПАТ «Запоріжтрансформатор». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ztr.com.ua> . 8. Офіційний сайт ПАТ «НВО ім. Фрунзе». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://frunze.com.ua> . 9. Офіційний сайт ДП «Зоря-Машпроект». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zmturbines.com>. 10. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua> .

Надійшла до редколегії 09.10.2013

УДК 658.26:334.716

Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств енергетичного машинобудування України / Штонда С.С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 52 (1025). – С. 177–182. Библиогр.: 9 назв.

В работе проведен анализ современного состояния энергетического машиностроения Украины, в ходе которого была выявлена его роль в укреплении электроэнергетического комплекса страны,

характерные особенности и актуальные проблемы этого направления машиностроения на данном этапе. Были обозначены возможные направления дальнейшего развития энергомашиностроения, требующие углубленного изучения и разработки конкретных практических задач в будущем.

Ключевые слова: энергетическое машиностроение, энергетическая независимость, собственные мощности, импорт энергооборудования.

The paper analyzes the current state of Ukrainian power engineering, in which was revealed his role in strengthening the country's power sector, the characteristics and actual problems of this field engineering at this stage. Were identified possible areas for further development of power engineering that require in-depth study and develop specific practical problems in the future.

Keywords: power engineering, energy independence, their own power, the import of power equipment.

УДК 336.64

В. А. ЯНКОВСЬКА, канд. екон. наук, доц., Харківський інститут фінансів
Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ

У статті розглянуто сутність поняття «конролінг», надані трактування змісту визначення системи контролінгу на підприємстві. Визначена необхідність функціонування системи контролінгу у забезпеченні життєздатності фірми.

Ключові слова: контролінг, фінансовий контролінг, фінансовий менеджмент.

Вступ. Сучасні умови підприємницької діяльності вимагають створення інформаційного забезпеченої системи управління. Фінансові проблеми, які виникають у суб'єктів господарювання, досить часто зумовлені відсутністю у керівництва оперативної інформації щодо руху фінансових потоків, ефективності їх руху, а також відповідності фінансових планів стратегічним цілям та місії суб'єкта господарювання. Як наслідок, у підприємства виникають складнощі з визначенням потреби в капіталі та інших видах ресурсів, потужності не завантажені, кошти заморожуються в неліквідних запасах, дебіторській заборгованості, окремі сектори діяльності виявляються збитковими тощо.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Сутність питань контролінгу відображено у працях зарубіжних вчених – М. Калверта, С. Фінкельштейна, Т. Коупленда, М. Мескона, А. Томпсона, М. Портера, М. Блауга, Б. Хьюстона, Р. Манна, Е. Майера, Х. Фольмута, Д. Хана, А. Дайле, К. Хомбурга та багатьох інших. Значну увагу розвитку контролінгу приділяли німецькі вчені-економісти Jackson J.H., Heinen E., Küpper H.U., Reichmann T., Heigl A., Serfling K., Hahn D., Horvath P., Weber J., Koontz H., O'Donnel C. та інші. Для формування та розвитку контролінгу як науки вагомий внесок зробили російські дослідники – О. Кармінський, С. Фалько, О. Примак, С. Данілочкіна, М. Оленєв, О. Кузаєва, Ю. Лаута, Ю. Трифонов, М. Павленков та ін. В Україні питання

контролінгу висвітлені в працях І. Бланка, В. Геєця, В. Савчука, В. Сопка, М. Чумаченка, О. Терещенка, Н. Чухрай, С. Козьменко, С. Петренко, М. Пушкар, Л. Сухаревої та ін. Питання фінансового контролінгу та його ролі в системі управління підприємством потребують більшої уваги і поглибленого вивчення його теоретичного значення.

Мета досліджень, постановка проблеми. З огляду на досить значну кількість наукових розробок у цій галузі потребує детального вивчення економічної сутності контролінгу, його відмінності від існуючої функції контролю та значенням у загальній системі фінансового управління.

Контролінг – це комплексна система управління підприємством, що включає в себе управлінський облік, облік і аналіз витрат з метою контролю за всіма статтями витрат, усіма підрозділами і складовими виробленої продукції або наданих послуг, а також їх планування [1].

Слово контролінг походить від англійського *to control* – контролювати, управляти, яке, у свою чергу, є похідним від французького слова, що означає «реєстр, список перевірки» [2].

Незважаючи на те, що найповніше його система уперше була описана і застосована у США, в англійських джерелах термін "контролінг" практично не використовується: у Великобританії і США укорінився термін "управлінський облік" (*managerial accounting, management accounting*), хоча працівників, до чийх посадових обов'язків входить ведення управлінського обліку, там називають контролерами (*controller*). Власне термін "контролінг" прийнято в Німеччині, звідки він прийшов до України.

Щодо його змісту, то судячи з зарубіжної та вітчизняної літератури, контролінг – це поняття дуже широке і, на перший погляд, асоціюється зі словом "контроль". Але контролінг не зводиться до простої системи контролю, а охоплює значно ширшу сферу діяльності підприємства, оскільки контролінг – це і система спостереження, й вивчення поведінки економічного механізму конкретного підприємства та розробки шляхів для досягнення мети, яку воно ставить перед собою, і система, орієнтована на майбутній розвиток підприємства.

Отже, контроль переважно спрямований у минуле, на встановлення помилок і прорахунків, а контролінг – на управління майбутнім для забезпечення тривалого й успішного функціонування суб'єкта господарювання.

Одні автори й перекладачі вважають наведені поняття і об'єктивні явища господарської практики західних підприємств, що стоять за ними, відмінними за змістом, інші – тотожними.

Неоднозначність трактувань змісту визначення системи контролінгу наведено у таблиці 1 [3].

Таблиця 1. Трактуювання змісту визначення системи контролінгу зарубіжними і вітчизняними дослідниками

Автор	Суть визначення	Особливість визначення
1	2	3
1. Майер Э.	Под контроллингом следует понимать руководящую концепцию эффективного управления фирмой и обеспечения ее долгосрочного существования.	Довгострокове застосування у фінансовому менеджменті
2. Манн Р., Майер Э.	... Систему управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности фирмы... как систему управления прибылью предприятия.	Досягнення кінцевих цілей
3. Градова А.П.	Контроллинг – новейшая концепция эффективного управления фирмой для обеспечения ее долгосрочного существования на рынке. Контроллинг представляет собой... систему обеспечения выживаемости предприятия на этапах стратегического и тактического управления.	Діяльність для виживання підприємства
4. Анташов В.А., Уварова Г.В.	Контроллинг рассматривается ... как определенная концепция руководства предприятием, ориентированная на его долговременное и эффективное функционирование в постоянно меняющихся хозяйственных условиях.	Довгострокове й ефективне функціонування підприємства на ринку
5. Данилочкина Н.Г.	Контроллинг – это функционально обособленное направление экономической работы на предприятии, связанное с реализацией финансово-экономической комментирующей функции в менеджменте для принятия оперативных и стратегических управленческих решений.	Економічна робота для прийняття рішень
6. Хан Д.	... контроллинг представляет собой элемент управления социальной системой, выполняющий свою главную функцию поддержки руководства в процессе решения им общей задачи координации системы управления с упором прежде всего на задачи планирования, контроля и информирования (Й. Вебер)	Опір на завдання планування
7. Петренко С.Н.	Система контроллинга представляет собой синтез элементов учета, анализа, контроля, планирования, реализация которых обеспечивает выработку альтернативных подходов при осуществлении оперативного и стратегического управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности предприятия.	Досягнення кінцевих цілей й результатів діяльності підприємства
8. Ананькина Е.А., Данилочкин С.В.	... контроллинг является сложной конструкцией, объединяющей в себе столь различные элементы, как установление целей, планирование, учет, контроль, анализ, управление информационными потоками и выработку рекомендаций для принятия управленческих решений.	Розробка рекомендацій для прийняття рішень
9. Циглик І.І., Мозіль І.О., Кідрякова Н.В.	Контролінг – це система, яка орієнтована на майбутній розвиток підприємства чи регіону в цілому. Це система спостереження та вивчення поведінки внутрішнього економічного механізму конкретного підприємства і розробки шляхів для досягнення мети, яку воно ставить перед собою.	Розвиток підприємства чи регіону, розробка шляхів для досягнення мети
10. Куперман Г.Я.	Контролінг ... система державного, управлінського і незалежного контролю. Контролінг включає систему безперервного інформування керівництва фірми про стан усіх сторін діяльності фірми відповідно до затвердженого переліку окремих і узагальнених показників: стан портфеля замовлень і його	Система контролів, безперервне інформування керівництва про стан підприємства

Закінчення таблиці 1

1	2	3
	відповідність завданням і вимогам фірми, хід підготовки виробництва й запровадження технологічних та інших новинок, виконання виробничої програми, дотримання кошторисів затрат на виробництво, виконання інвестиційної програми, фінансовий стан фірми, дебіторська і кредиторська заборгованість.	
ІІ. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С.	Контролінг – функціонально відокремлений напрям економічної роботи на підприємстві, що пов'язаний з реалізацією фінансово-економічної інформативної функції в менеджменті для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень.	Відокремлений напрям економічної роботи

Розглядаючи думку проф. Майера Е. контролінг являє собою в широкому сенсі систему забезпечення функціонування підприємства в двох аспектах: короткостроковому – оптимізація прибутку – і довгостроковому – збереження і підтримка гармонійних відносин и взаємозв'язків даного підприємства з оточуючими його сферами: природою, соціальною, господарською. [4].

Порівнюючи й аналізуючи зміст визначень, наведених у таблиці, ряд авторів небезпідставно стверджують, що контролінг є важливим засобом успішного функціонування підприємства, оскільки:

- 1) забезпечує керівництво й акціонерів необхідною інформацією для прийняття управлінських рішень шляхом інтеграції процесів збору, обробки, підготовки, аналізу, інтерпретації інформації;
- 2) надає інформацію для управління трудовими і фінансовими ресурсами;
- 3) забезпечує виживання підприємства на рівнях стратегічного й тактичного управління;
- 4) сприяє оптимізації залежності "виручка – затрати – прибуток".

Контролінг є однією із функцій управління, зокрема концепцією ефективного управління підприємством, і забезпечує тривале його існування в умовах конкуренції.

Сьогодні існують певні концепції контролінгу (таблиця 2 [5])

Таблиця 2 – Основні концепції контролінгу

Орієнтація концепції	Сутність і основні завдання котролінгу в рамках цієї концепції
На систему обліку	Переорієнтація системи обліку з минулого в майбутнє, створення на базі облікових даних інформаційної системи підтримки управлінських рішень, пов'язаних з плануванням і контролем діяльності підприємства.
На управлінську інформаційну систему	Створення загальної інформаційної системи управління. Розробка концепції єдиної інформаційної системи, її впровадження, координація, функціонування і інформаційна підтримка, оптимізація інформаційних потоків.
На систему управління ▪ З акцентом на планування і контроль ▪ З акцентом на координацію	Планування та контроль діяльності структурних підрозділів підприємства. Координація діяльності системи управління підприємства

Отже, узагальнюючи приведене вище, можемо дати таке визначення, яке будемо використовувати у подальшому дослідженні: контролінг – це спеціальна саморегулююча система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг [6].

Перебуваючи на перехресті обліку, інформаційного забезпечення, контролю й координації, контролінг посідає особливе місце в управлінні підприємством: він пов'язує воедино функції, інтегрує та координує їх, до того ж не підмінює собою управління підприємством, а лише переводить його на якісно новий рівень. Контролінг є своєрідним механізмом саморегулювання на підприємстві, що забезпечує зворотний зв'язок у контурі управління.

Спочатку під контролінгом розуміли сукупність завдань у сфері обліку і фінансів, а контролер був головним бухгалтером.

Потім це поняття почали трактувати ширше: до функцій контролінгу стали відносити фінансовий контроль і оптимізацію використання фінансових ресурсів та джерел.

Широта функцій і завдань контролінгу зумовлюють можливість його використання в реалізації стратегічних і оперативних цілей органів державного фінансового контролю, зокрема Державної фінансової інспекції.

Впровадження у практику діяльності Державної фінансової інспекції таких форм контролю, як аудит ефективності та фінансово-господарський аудит, які за змістом істотно відрізняються від традиційних ревізій і перевірок, веде до появи функцій, які є більш управлінськими, ніж контрольними, що сприяє зміцненню фінансової дисципліни у державі. Але рівень фінансової дисципліни передусім залежить від суб'єкта господарювання, а вже потім від органу контролю.

Контролінг базується на системі нормування витрат, визначенні залежності між обсягом реалізованої продукції, витратами та прибутком, кількістю витраченого часу на виробництво продукції, експлуатацією машин та управлінням іншими показниками, які характеризують рівень використання виробничих потужностей і ресурсів усіх видів.

Отже, контролінг як наука пов'язаний з управлінням та регулюванням господарської та фінансової діяльності, для чого використовується система отримання та обробки інформації про техніко-економічні показники роботи підприємства.

Служби контролінгу безпосередньо не приймають рішення, а здійснюють їх підготовку, функціональну та інформаційну підтримку і контроль за реалізацією. Інформаційне забезпечення менеджменту повинно здійснюватись у зрозумілій для користувачів формі. З цією метою відповідна інформація спочатку обробляється, узагальнюється, аналізується і подається користувачам у

формі рапортів, звітів, доповідних записок, резюме, рекомендацій, прогнозів тощо.

На практиці розрізняють різні напрями (сектори) контролінгу: фінансовий контролінг, контролінг збуту, дивізіональний контролінг, контролінг виробництва та закупівель тощо.

Існує кілька підходів до визначення місця контролінгу в організаційній структурі підприємства. Головна різниця між ними полягає в характері підпорядкованості служби контролінгу: безпосередньо директору підприємства чи фінансовому директору.

Висновки. Отже, розглянутий матеріал показав, що фінансовий контролінг зорієнтований на функціональну підтримку фінансового менеджменту та визначає його зміст та основні завдання. Провідною метою фінансового контролінгу є орієнтація управлінського процесу на максимізацію прибутку та вартості капіталу власників при мінімізації ризику і збереженні ліквідності та платоспроможності підприємства.

Правильно функціонуюча система контролінгу допомагає керівництву фірми спрогнозувати шанси і ризики раніше, ніж це зроблять конкуренти, і таким чином забезпечити життєздатність фірми, зміцнити своє становище на ринку і гарантувати постійний і стабільний прибуток.

Список літератури: 1. Куцопатрий М. М. Сутність та місце контролінгу в управлінні підприємством / М. М. Куцопатрий // Зб. ВНАУ. Серія: Економічні науки. – 2010. – №5-2. – С.68-70. 2. Стефанюк І.Б. Поняття, сутність і причини виникнення контролінгу / І.Б. Стефанюк // Фінанси України. – 2005. – №2. – С. 146-153. 3. Зоріна О.А. Місце контролінгу в системі управління підприємством // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2010. – №2(49). – С. 59-66. 4. Майер Э. Контроллинг как система мышления и управления / Майер Э. – М. : Финансы и статистика, 1993. – С. 9. 5. Шенітко Г.Ф. Контролінг: посібник (для студентів економічних спеціальностей усіх форм навчання). – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2004.- 136 с. 6. Мойсеєнко І. Фінансовий контролінг діяльності підприємств/І.Мойсеєнко//Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2002. – № 7/2. – С. 49–51.

Надійшла до редколегії 25. 10. 2013

УДК 336.64

Теоретичні засади організації фінансового контролінгу / Янковська В. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013 . – № 52(1025). – С. 182–187. – Бібліогр.: 6 назв.

В статті розглянуто сутність поняття «контролінг», надано трактування змісту системи контролінгу на підприємстві. Визначено необхідність функціонування системи контролінгу в забезпеченні життєздатності фірми.

Ключевые слова: контролінг, фінансовий контролінг, фінансовий менеджмент.

The article deals with the intention of "controlling", interpretation of the content of the system of controlling definition of the enterprise. The necessity of controlling operation of the system is to ensure the viability of the firm.

Keywords: controlling, financial controlling, financial management.

УДК 338.585:65.011.2

В. В. ЯЦИНА, асистент, НТУ «ХПІ»;

Т. І. КОЧЕТОВА, доцент, НТУ «ХПІ».

МЕТОДИКА ОЦІНКИ РІВНЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ ПРИ ВИГОТОВЛЕННІ ТОВАРІВ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

У статті розглянуто необхідність дослідження трансакційних витрат на рівні підприємств. Запропонована власна методика оцінки їх рівня при виробництві товарів промислового призначення. На підставі даних, отриманих в результаті застосування авторської методики, визначено вплив кожної виробничої стадії на прибуток.

Ключові слова: трансакційні витрати, товари промислового призначення, методика оцінки рівня трансакційних витрат, стадії виробничого процесу.

Вступ. Трансформаційні перетворювання економіці України стали наслідком істотних змін структури та характеру ринкових відносин між господарюючими суб'єктами. Нові умови ведення бізнесу вимагають від підприємств більш жорсткого контролю над своїми витратами та постійного аналізування ефективності використання того чи іншого ресурсу.

Як відомо, витрати фірми складаються із трансформаційних (ТФ) та трансакційних (ТВ). На думку Дж. Уолліса та Д. Норта. «Якщо рівень трансформаційних витрат визначається в першу чергу технологічними факторами, то рівень трансакційних витрат – інституційними» [1]. І якщо методика обчислення перших доволі проста та прозора і не вимагає особливих зусиль, виявлення та розрахунок трансакційних витрат пов'язано з багатьма ускладненнями та потребує чіткого алгоритму виконання певних дій.

Аналіз останніх досліджень та літератури показав наявність вагомих здобутків відомих вітчизняних та зарубіжних науковців в сфері досліджень трансакційних витрат, зокрема виявлення та визначення їх величини. Так, висвітленню цих питань присвячені відомі праці: Р. Капелюшнікова, В. Кокоревича, С. Малахова, А. Шастітка, С. Архієреєва, Р. Коуза, Д. Норда, Дж. Коммонсона, О. Вільямсона, А. Алчіана, К. Еррору, Дж. Робертса, Дж. Стиглера, та ін. Але у переважній кількості робіт ґрунтовні дослідження проводяться на макрорівні і є досить узагальненими та скоріш теоретичними, ніж прикладними. Хоча, безсумнівно, трансакційні витрати у своїй більшості формуються на мікрорівні, тобто, на рівні підприємства і задля їх виділення та оцінки край необхідні фундаментальні дослідження у цьому напрямку. Спроби кількісного виміру трансакційних витрат підприємства здійснили Л. Базалієва [2], О. Шепеленко [3], І. Булеєв [4], Т. Склярук [5], Г. Козаченко та Г. Макухін [6], та ін.

Отже, у відповідності до результатів попередніх досліджень, що отримані науковцями у цієї сфері, було встановлено, що підходи до виявлення та

визначення величини ТВ на підприємстві є не систематизованими та мають багато недоліків у своєму практичному застосуванні. Тому, вельми значущою видається розробка методики оцінки рівня ТВ, зокрема, при виробництві товарів промислового призначення (ТПП).

Метою дослідження є розробка методики визначення рівнів ТВ при виробництві ТПП, та використання отриманих результатів для вибору способу організації виробничого процесу на підприємстві для його найбільш ефективного управління. Для цього проведемо детальний аналіз інформаційних джерел виникнення ТВ, оцінимо ступінь впливу ТВ на результативні фактори, обчислимо рівень ТВ при виробництві ТПП на підприємстві та прокоментуємо отримані результати.

Матеріали досліджень. Методика оцінки рівня ТВ виробництва ТПП на підприємстві включає наступні етапи: визначення, накопичення, аналіз та обробка інформаційних джерел формування ТВ по трьох стадіях виробничого процесу для кожного ТПП, що виробляється на підприємстві, акумулювання та перетворення їх у динамічний масив даних, обробка масиву на однорідність, тобто, виключення значень тимчасового або випадкового характеру, перевірка впливу ТВ кожної стадії виробничого процесу ТПП на прибуток та оцінювання ступеню такого впливу із подальшим аналізом тенденції змін на підставі чого приймається рішення про рівень ТВ. Опис етапів методики оцінки рівня ТВ підприємства представлено на рисунку.

Результати досліджень. Апробація розробленої методики проводилася на п'яти підприємствах транспортного машинобудування і дала можливість отримати наступні результати. По-перше, встановлено, що найбільший позитивний вплив на прибуток здійснюють трансакційні витрати, що з'являються на довиробничій стадії. Значення коефіцієнтів кореляції свідчать про високий зв'язок між показниками згідно шкалі Чеддока. І це логічно. Достатньою мірою прораховані та враховані наслідки майбутніх дій автоматично призводять до зменшення втрат та непередбачуваних ситуацій, що збільшують інші види витрат, у тому числі і трансформаційні, а це сприяє зростанню прибутку у динаміці. Тому економія ТВ на довиробничій стадії недоцільна, але, з іншого боку, потрібно уникати і «зайвих», тобто, неефективних витрат, що не сприяють зростанню прибутку.

По-друге, практично на всіх підприємствах, що досліджуються, рівень ТВ виробничої та післявиробничої стадій суттєво не впливає на зміни у зростанні прибутку, має сенс лиш їх зіставлення у сукупності. Так, об'єднання довиробничої та виробничої стадій, а також виробничої та післявиробничої стадій дають помітний зв'язок впливу на прибуток.

Причому сукупність останніх дає нам зворотну залежність, що свідчить

про зменшення прибутку при зростанні ТВ цих стадій.

По третє, за результатами проведених розрахунків коефіцієнтів кореляції показників можна виділити ключові, що мають найбільший вплив на прибуток (коефіцієнт кореляції із загальним показником перевищує значення 0,5) та абстрагуватись від вивчення показників, що суттєво не впливають на останній, тобто, мають значення коефіцієнта кореляції менш 0,5.



Рис. – Етапи проведення методики оцінки рівня ТВ виготовлення ТПП

По-четверте, аналізуючи отримані «ваги» показників, ми ще раз дійшли висновку про превалювання впливу на прибуток ТВ довиробничої стадії. Тому для врахування рівня ТВ виробництва кожного ТПП потрібно не тільки

враховувати їх розмір, а і долю внеску їх у прибуток. Відсоткові значення «ваги» показників не є остаточними величинами, вони можуть несуттєво змінюватись у динаміці, і для прийняття вірного способу організації виробничого процесу доцільно переглядати та розраховувати їх із періодичністю раз на рік.

Висновки. Отже, за результатами проведеної апробації можна визнати, що запропонована методика оцінки рівня ТВ виробництва ТПП на підприємстві є достатньо якісною та дає можливість отримати недвозначні результати, хоча, з іншого боку, є досить трудомісткою у розрахунках. До того ж варто наголосити, що внаслідок наявності певних труднощів, що виникають при віднесенні того чи іншого виду витрат до трансакційних, не може існувати єдиного способу оцінювання їх рівня з найбільшою вірогідністю. Доцільним буде, на нашу думку, використання декількох способів із подальшим порівнянням отриманих результатів.

Список літератури: 1. Wallis J.J., North D.C. Measuring the transactional sector in American economy, 1870-1970. – In: Long-term factors in American economic growth. Ed. by Engerman S., Chicago, 1986. 2. Базалієва Л.В. Управління трансакційними витратами підприємства: Автореф. дис. к-та екон. наук: 08.06.01./ Харк. держ. екон. Ун-т– Х., 2004. – 21с. 3. Шепеленко О., Лизунова О. Вплив аутсорсингу на трансакційні витрати суб'єктів господарювання / Шепеленко О. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/PORTAL/soc_gum/Tiru/2010_29/Shepel.pdf .4. Булеев И.П. Управление трансакционными издержками в переходной экономике / НАН Украины. Ин-т экономики промышленности. – Донецк, 2002. – 154 с. 5. Склярук Т.В. Аналізування впливу трансакційних витрат на ефективність виробничо-господарської діяльності суб'єкта ринку – 09 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/27_22.pdf. 6. Козаченко Г.В., Макухін Г.А. Загальні показники оцінки трансакційних витрат підприємства // Регіональні перспективи – 2004. – № 3-5 (40-42) – С.7-9.

Надійшла до редколегії 25.10. 2013

УДК 338.585:65.011.2

Методика оцінки рівня трансакційних витрат при виготовленні товарів промислового призначення / Кочетова Т. І, Яцина В. В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2013 . – № 52(1025). – С. 188–191. – Бібліогр.: 6 назв.

В статье рассмотрена необходимость исследования трансакционных издержек на уровне предприятия. Предложена собственная методика оценки их уровня при производстве товаров промышленного назначения. На основании данных, полученных в результате применения авторской методики, определено влияние каждой производственной стадии на прибыль.

Ключевые слова: трансакционные издержки, товары промышленного назначения, методика оценки уровня трансакционных издержек, стадии производственного процесса.

The article describes the need for the study of transaction costs at the enterprise level. The estimation method of transaction costs level in the industrial goods manufacture has been proposed. As a result of the author's methodology the data had been obtained. They allowed determining the influence of each production stage on profit.

Keywords: transaction costs, industrial goods, estimation method of transaction costs level, production stages.

ЗМІСТ

Белоусов А. И. К вопросу об оптимизации затратоемкости производства экологически чистой продукции	3
Білоусько Т. Ю. Проблеми технічного забезпечення аграрних підприємств в контексті підвищення їх конкурентоспроможності	7
Білошкурська Н. В. Особенности функциональной структуры экономической безопасности агропромышленного предприятия	12
Бондаренко О. О. Особенности надання та оцінювання логістичного сервісу.....	17
Вішка І. С. Ключові компоненти при формуванні комплексної системи адміністрування на підприємстві.....	20
Вознюк А. В. Особенности управления финансовой результативностью субъектов реального сектора экономики.....	28
Горпинченко А. П. Формування політики управління фінансовими ресурсами в загальній стратегії розвитку торговельного підприємства.....	37
Долінська Р. Г., Завгородній Б. Г. Вдосконалення міжнародних каналів розподілу і збуту промислової продукції на МСП.....	45
Єршова Н. Ю., Кохна Д. Ю. Облікова система в контексті управління сучасним підприємством.....	49
Зайцева Н. М., Верба Р. В. Буферный механизм оперативного управления ресурсами предприятия.....	56
Іванець О. О. Концептуальні підходи до управління потенціалом розвитку підприємства	62
Карпов Э.А., Косарева И.Н., Кобзева А.Г. Оценка информационных рисков по методике СРАММ.....	69
Коробков Д. В., Рыльцев Р. О. Характеристика и сравнительный анализ современных подходов к оценке бизнеса.....	73
Курятник Н. О. Обмеження вибору в процесі прийняття управлінського рішення.....	81
Лернер Ю. И. Новые методы обучения студентов экономических специальностей. Часть VII. Оценивание дипломной исследовательской работы.....	84
Лернер Ю. И. Новые методы обучения студентов экономических специальностей. Часть VIII. Методические положения по проведению активных методов обучения.....	98

Мазоренко О. В. Методичні аспекти оцінки інформаційного середовища функціонування та розвитку підприємства.....	104
Мищенко В. А., Мозенков О. В., Ван Куньу Особенности развития малого и среднего бизнеса в Китае.....	111
Мищенко В. А., Мозенков О. В., Лю Бо Китайские компании в мировой экономике.....	115
Обідник Д. Ю Аналіз підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції.....	120
Парфіненко Ю. А., Мельникова К. І. Визначення резервів зниження собівартості з метою підвищення ефективності діяльності підприємства.....	124
Разина М. А. Оценивание экономической безопасности предприятий угольной промышленности.....	128
Рибицька Ю. Л. Аналіз основних причини, які впливають на ефективність процесу ..злиття та поглинання компаній ..	135
Самойленко К. В. Використання принципів інформаційної логістики в системі збуту туристичних продуктів.....	140
Семенець А. О. Організація внутрішнього аудиту реалізації продукції.....	145
Товажнянський В. Л., Перерва П. Г. Визначення ознак банкрутства: санація та реструктуризація підприємств.....	152
Ченцова Е. П., Новикова О. А., Кобзева А. Г. Расчет рейтинга инновационного потенциала предприятия.....	162
Шилкіна К. О. Реалізація соціально-орієнтованого маркетингу в контексті діяльності туристичного кластеру ..	166
Шишковський С. В. Моделі розвитку підприємств ..	172
Штонда С.С. Сучасний стан та перспективи розвитку підприємств енергетичного машинобудування України.....	177
Янковська В. А. Теоретичні засади організації фінансового контролінгу.....	182
Яцина В. В., Кочетова Т. І. Методика оцінки рівня трансакційних витрат при виготовленні товарів промислового призначення.....	188

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»**

Збірник наукових праць

Серія
«Актуальні проблеми управління та
фінансово-господарської діяльності підприємства»

Випуск 52 (1025)

Науковий редактор: д-р екон. наук проф. В.Я. Міщенко

Технічні редактори: О.С. Другова, О.С. Курандо

Відповідальний за випуск канд. техн. наук Г.Б. Обухова

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ: 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 79/2, НТУ «ХПІ»
каф, фінансів тел. (057) 707-64-46, 707-60-67, e-mail: lena_hs@mail.ru

Обл. вид. № 48-13

Підп. до друку 18.12.2013 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.
Ум.друк.арк. 8,9. Обл.-вид. арк. 9,2.

Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ «ХПІ».

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 от 10.07.2000 р.

61002, Харків, вул. Фрунзе, 21

Видавництво та друк ФО-П Шейніна О.В.

61052, Україна, м. Харків, вул. Слов'янська, 3

Тел. 057 759-48-79

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 28.02.2007 р.