

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

**ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ДЕРЖАВИ, РЕГІОНУ,
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Збірник тез доповідей
Всеукраїнської науково – практичної заочної конференції

2 грудня 2011 р.

УДК 330(447)
ББК 65.9 (4укр)
П 27

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

Рецензенти:

Бужин О.А., д.е.н., професор, Кременчуцький університет економіки, інформаційних технологій і управління
Денисенко М.П., д.е.н., професор, Київський національний університет технологій і дизайну
Чернявський П.О., к.е.н., голова Черкаської обласної організації Всеукраїнської спілки вчених-економістів

ISBN 978-966-493-480-7

П 27

Перспективи економічного розвитку держави, регіону, суб'єктів господарської діяльності: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково – практичної заочної конференції, Черкаси, 2 грудня 2011 р. – Черкаси: вид-во ТОВ «МАКЛАУТ» 2011. – 248 с.

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

УДК 330(447)
ББК 65.9 (4укр)

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

ISBN 978-966-493-480-7

© Кафедра менеджменту
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

ЗМІСТ

Секція 1. Управління економічною системою держави і регіону	8
<i>Глібов Р.В., Будзінська А.О., Баладинська В.В.</i> Методика прогнозування в системі державного та регіонального управління	8
<i>Гуменюк О.С.</i> Інноваційна якість людських ресурсів в системі національної політики	11
<i>Євтушенко М.В.</i> використання економіко-правових та адміністративних механізмів в процесі регулювання земельних відносин та напрямки їх удосконалення.	14
<i>Жукова Л.М.</i> Транснаціональні корпорації як форма розв'язання протиріч корпоративного сектору економіки	17
<i>Заяць М.Я.</i> Реалізація грошово-кредитної політики на регіональному рівні	19
<i>Зозуля О.Г.</i> Модель оплати праці збутового персоналу в ринкових умовах	20
<i>Ковтуненко В.О., Осадча І.В.</i> Особливості та стратегічні орієнтири приватизації в Україні	22
<i>Подупейко К.О., Дроботова М.В.</i> Зміст та основні категорії трудового потенціалу	25
<i>Пасєка С.Р.</i> Стратегічні орієнтири використання соціально-трудоного потенціалу регіону	28
<i>Саковська О.М.</i> Напрямки удосконалення регуляторної політики держави на регіональному ринку зерна	30
<i>Смоленюк П.С.</i> Взаємозв'язок рівнів конкурентоспроможності	33
Секція 2. Розвиток підприємства та підприємницької діяльності: методологія оцінювання, напрямки підвищення, аспекти модернізації	37
<i>Балашова Р.І., Тканка К.В.</i> Методологічні та методичні основи економічного розвитку туристичних підприємств	37
<i>Білопранич Я.П., Пасєка А.С.</i> Удосконалення системи управління підприємством	40
<i>Борзенко В.М.</i> Управління грошовими потоками підприємства в умовах промислового об'єднання	42
<i>Булавко Р.П., Красномовець В.А.</i> Асортиментна політика підприємства	44
<i>Вовк Н.М., Пасєка А.С.</i> Проблеми мотивації праці персоналу на підприємствах та шляхи її вирішення	47
<i>Вороніна Ю.В., Мігус І.П.</i> Роль HR-директора у стратегічному розвитку компанії	50
<i>Галіба Ю.С., Пасєка А.С.</i> Основні напрямки вдосконалення збутової політики підприємств	52
<i>Голубятникова А.В., Красномовець В.А.</i> Управління грошовими потоками підприємства	54
<i>Гой О.А., Мігус І.П.</i> Шляхи підвищення ефективності комунікацій в системі управління підприємством	57
<i>Железняк О.В., Красномовець В.А.</i> Суть та функції рекламних агентств	60
<i>Корчан О.М., Красномовець В.А.</i> Розробка заходів щодо удосконалення	63

системи збуту на підприємстві	
<i>Коваленко І.В., Красномоєць В.А.</i> Удосконалення процесу управління персоналу шляхом створення ефективної команди	66
<i>Курдун І.Г., Куценко М.О.</i> Удосконалення збутової діяльності підприємства з позицій логістичного менеджменту	69
<i>Кузькіна Л.І., Красномоєць В.А.</i> Розробка та обґрунтування управлінських рішень на сільськогосподарських підприємствах	72
<i>Лагода Ю.П., Красномоєць В.А.</i> Система управління торгівельним підприємством на засадах інноваційного підходу	75
<i>Луговська І.І., Мігус І.П.</i> Управління людським капіталом в глобальній компанії	78
<i>Молла М.Г.</i> Залежність конкурентоспроможності від життєздатності молокопереробних підприємств одеської області	80
<i>Некрасенко Л.О., Дроботова М.В.</i> Удосконалення методів стимулювання збуту	83
<i>Олексенко О.В., Герасименко О.М.</i> Особливості маркетингової діяльності підприємства з виробництва гофротари (на прикладі ПрАТ Черкаситара»)»	86
<i>Паламар Ю.М.</i> Особливості страхування сільськогосподарських тварин	89
<i>Пилипенко О.С.</i> Трансформація функції контролю в процесі управління бюджетною політикою підприємства	92
<i>Попова Ж.Ю., Мігус І.П.</i> Управління адаптацією співробітника на новому місці роботи	94
<i>Рак В.М., Красномоєць В.А.</i> Організація логістичного управління діяльністю підприємства	97
<i>Рябоконт К.О., Мігус І.П.</i> Управління прибутком підприємства	100
<i>Срібна В.В., Мігус І.П.</i> Необхідність та значення рекрутингу при підборі персоналу на підприємстві	102
<i>Тесленко А.І., Мігус І.П.</i> Місце контролінгу в організаційній структурі підприємства	105
<i>Тропін А.О., Красномоєць В.А.</i> Прийняття управлінських рішень на підприємстві	107
<i>Шаповал Ю.О., Красномоєць В.А.</i> Удосконалення планування діяльності підприємства	110
<i>Юхименко В.С., Мігус І.П.</i> Визначення потреб організації в персоналі	113
<i>Янішевський Р.І., Дроботова М.В.</i> Роль неформальних комунікації в системі управління	116
Секція 3. Сучасні напрямки підвищення конкурентоспроможності підприємства...	119
<i>Кочанова Д.Д., Красномоєць В.А.</i> Якість продукції як проблема сьогодення і її вплив на конкурентоспроможність підприємства	119
<i>Красномоєць В.А.</i> Якість продукції як передумова забезпечення її конкурентоспроможності	122
<i>Макаренко Ю.М., Герасименко О.М.</i> Конкурентоспроможність продукції як ключова передумова забезпечення конкурентоспроможності	124

підприємства	
<i>Мироненко Т.В., Дроботова М.В.</i> Роль системи підтримки прийняття рішень в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства	127
<i>Михайлишин О.С., Дроботова М.В.</i> Маркетингова програма як засіб підвищення конкурентоспроможності підприємства	130
<i>Пасека А.С.</i> Сучасні маркетингові інструменти на шляху до споживача	133
<i>Савчук О.О.</i> Корпоративна культура і ефективність організації	135
<i>Соломянюк Н.М.</i> Використання маркетингового потенціалу підприємства при розробці стратегічних планів (на прикладі ТОВ «Комплекс Агромарс»)	138
<i>Ярова М.А., Пасека А.С.</i> Пріоритетність впровадження організаційної культури в контексті комплексного управління на вітчизняних підприємствах	141
Секція 4. Актуальні проблеми функціонування податкової та бюджетної системи	144
<i>Гурнак О.В., Харченко В.Є.</i> Проблема ухилення від оподаткування в Україні	144
<i>Корзун В.В.</i> Шляхи модернізації податкової та бюджетної системи України	147
<i>Таран О.О., Мігус І.П.</i> Теоретичні аспекти функціонування фінансової системи України	149
Секція 5. Проблеми та перспективи інвестиційно-інноваційних процесів в економіці	153
<i>Вербицька Т.В., Герасименко О.М.</i> Проблеми оцінки інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств	153
<i>Виннік Я.Ю., Герасименко О.М.</i> Особливості державного регулювання інвестиційних процесів в Україні	156
<i>Голубятнікова А.В., Герасименко О.М.</i> Формування стратегії інвестиційної діяльності підприємств	158
<i>Градова О.В., Кутузов М.Р.</i> Інноваційні підходи до використання лізингового механізму у вітчизняній банківській системі	161
<i>Дяковський Д.А., Пирогов Д.А.</i> Привабливість України для іноземних інвесторів та шляхи посилення інвестиційної привабливості	164
<i>Ковтуненко В.О., Пестич В.В.</i> Інвестиційний клімат черкаської області	167
<i>Ковтуненко В.О., Богуш О.О.</i> Іноземний капітал в банківському секторі України	170
<i>Міняйло О.В., Герасименко О.М.</i> Фінансові інвестиції підприємства та управління ними	173
<i>Олексенко О.В., Герасименко О.М.</i> Особливості механізму управління інвестиціями на підприємствах галузі гофротари	176
<i>Процаликіна А.М., Губанов С.С.</i> Сучасний стан і проблеми розвитку інноваційної інфраструктури в Україні	179
<i>Слепкань О.О.</i> Особливості інвестиційної діяльності інститутів спільного	183

інвестування	
<i>Степанчук О.В., Красномовець В.А.</i> Управління інноваційною діяльністю підприємства	186
<i>Таран О.О., Герасименко О.М.</i> Сучасні методологічні підходи до формування інвестиційної стратегії підприємства	188
<i>Цибулько Є.А., Герасименко О.М.</i> Особливості управління фінансовими інвестиціями на підприємстві	191
<i>Чирва І.В.</i> Значення інвестицій у розвитку економічних процесів	192
<i>Якуненко К.В.</i> Модель оцінки капітальних активів: модифікації та їхні характеристики	195
<i>Яременко О.В.</i> Напрями прискорення інвестиційного забезпечення підприємств споживчої кооперації	198
<i>Секція 6. Світова економіка та міжнародні відносини</i>	201
<i>Басараб О.М., Кукурудза І.І.</i> Основні напрямки підвищення ефективності економічних реформ КНР в 12-й п'ятирічці	201
<i>Заєць М.В.</i> Проблеми і перспективи зони вільної торгівлі Китай – АСЕАН	204
<i>Кицюк І.В., Цап А.В.</i> Роль міжнародних організацій у вирішенні глобальних екологічних проблем	207
<i>Костюк О.М., Говорун Д.А.</i> Особливості мотиваційного механізму корпоративного управління в банках України	210
<i>Секція 7. Проблеми та перспективи розвитку економічної науки та освіти в Україні</i>	212
<i>Тарасенко Ю.В.</i> Методи здійснення фінансового забезпечення освіти	212
<i>Трибель Є.А., Кукурудза І.І.</i> Соціально-культурна галузь Черкаської області	214
<i>Вербицька Т.В., Мігус І.П.</i> Еволюція розвитку фінансового менеджменту в Україні	217
<i>Цікало О.Ю., Мігус І.П.</i> Необхідність розробки та впровадження галузевих професійних стандартів	220
<i>Секція 8. Управління фінансово-економічною безпекою</i>	223
<i>Герасименко О.М.</i> Джерела загроз кадровій безпеці підприємств	223
<i>Голубенко К.О.</i> Сутність інформації, що містить комерційну таємницю	224
<i>Гурнак О.В., Савеленко С.М.</i> Сутність фінансової безпеки держави та роль податкових важелів в її забезпеченні	227
<i>Зачосова Н.В.</i> Карта ризиків як сучасний інструмент ризик-менеджменту у системі управління економічною безпекою вітчизняних суб'єктів господарювання	230
<i>Касьянова А.О.</i> Огляд загроз економічній безпеці держави	233
<i>Кир'янова Н.В., Дем'яненко І.В.</i> Формування фінансової безпеки на приватному підприємстві	235
<i>Мігус І.П.</i> Концепція формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств	237

<i>Петренко Ю.М.</i> Основи державного регулювання ринку цінних паперів в частині забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємництва	240
<i>Юрченко Т.В., Кукурудза І.І.</i> Проблеми та шляхи забезпечення економічної безпеки України	242

СЕКЦІЯ 1. УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ СИСТЕМОЮ ДЕРЖАВИ І РЕГІОНУ

УДК: 519.866:658.14

Глібов Р.В., к.е.н., доцент

Житомирський національний агроекологічний університет

Будзінська А.О., студентка II курсу спеціальності «Менеджмент ЗЕД»,

Житомирський національний агроекологічний університет

Баладинська В.В., студентки II курсу спеціальності «Менеджмент ЗЕД»,

Житомирський національний агроекологічний університет

МЕТОДИКА ПРОГНОЗУВАННЯ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО ТА РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ

Основою життєдіяльності будь-якої країни є успішний розвиток національної економіки з одночасною соціальною захищеністю населення. Соціально-економічне прогнозування є одним з вирішальних наукових факторів формування стратегії і тактики суспільного розвитку. Актуальність даної теми визначається тим, що рівень прогнозування процесів суспільного розвитку обумовлює ефективність планування та управління економікою та іншими сферами. Нині прогнозування є одним з вирішальних наукових факторів формування стратегії і тактики економічної політики держави. Державне регулювання економіки повинно забезпечувати втілення тільки оптимальних рішень, оскільки потенційні втрати суспільства від необґрунтованих розпорядчих заходів набагато збільшуються.

Метою дослідження є обґрунтування методики прогнозування в системі державного та регіонального управління.

Згідно чинного законодавства державне прогнозування ґрунтується на певних принципах, які ілюструють закономірності відтворення, причинно-наслідкові зв'язки й виражають основні риси прогнозування:

– принципі цілісності, який забезпечується розробленням взаємоузгоджених прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку України, окремих галузей економіки та окремих адміністративно-територіальних одиниць на коротко- та середньо- та довгостроковий періоди;

– принципі об'єктивності, суть якого полягає в тому, що прогнозні та програмні документи економічного і соціального розвитку України розробляються на основі даних органів державної статистики, уповноваженого центрального органу виконавчої влади з питань економічної політики, інших центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, а також звітних даних із офіційних видань Національного банку України;

– принципі науковості, який забезпечується розробленням прогнозних і програмних документів економічного і соціального характеру на науковій основі, постійним удосконаленням методології та використанням світового

досвіду в галузі прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку;

– принципі гласності, який полягає в тому, що прогнозні та програмні документи економічного і соціального розвитку є доступними для громадськості. Інформування про цілі, пріоритети та показники цих документів забезпечує суб'єктів підприємницької діяльності необхідними орієнтирами для планування власної виробничої діяльності;

– принципі самостійності, який полягає в тому, що місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування в межах своїх повноважень відповідають за розроблення, затвердження та виконання прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку відповідних адміністративно-територіальних одиниць. Прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку забезпечує координацію діяльності органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування;

– принципі рівності, який полягає в дотриманні прав та врахуванні інтересів місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання всіх форм власності;

– принципі дотримання загальнодержавних інтересів, який полягає в тому, що органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування повинні здійснювати розроблення прогнозних і програмних документів економічного і соціального розвитку виходячи з необхідності забезпечення реалізації загальнодержавної соціально-економічної політики та економічної безпеки держави.

Система прогнозних документів, що розробляються в Україні, складається з трьох груп: довго -, середньо - та короткострокових документів, в яких визначаються цілі і пріоритети соціально-економічного розвитку та заходи, які необхідно здійснити для їх досягнення.

Довгострокові прогнозні документи розробляються на період понад п'ять років. У них визначаються головні напрями розвитку, стратегічні цілі та структурні пропорції економіки та соціальної сфери. Прикладом таких документів, що розроблені останнім часом, є:

1) Стратегія економічного і соціального розвитку України «Шляхом європейської інтеграції» на 2004-2015 роки (схвалено Указом Президента України №493/2004 від 28.04.2004 р.). Державна регіональна політика у даному документі розглядається у якості складової стратегії економічного і соціального розвитку країни, мета якої полягає у створенні умов для динамічного, збалансованого розвитку територій та в усуненні основних регіональних диспропорцій.

2) Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року (затверджена постановою Кабінету Міністрів України №1001 від 21.07.2001 р.). У цьому документі визначаються ключові проблеми регіонального розвитку, пріоритети державної регіональної політики з точки зору загальнонаціональних потреб та інтересів.

3) Регіональні стратегії розвитку окремих регіонів України, які розроблені на основі загальнодержавних стратегічних документів. У цих документах визначаються стратегічні завдання і пріоритети економічного та соціального розвитку конкретної області та її адміністративно-територіальних одиниць, перспективи, цілі та шляхи їх досягнення.

Середньострокові прогностні і програмні документи розробляються на період до п'яти років на основі довгострокових документів. У них визначаються умови соціально-економічного розвитку, напрями дій та заходи на середньострокову перспективу з метою досягнення стратегічних цілей. Прикладом документів даної групи є прогнози економічного і соціального розвитку, які в даний час розробляються по всіх регіонах країни. На підставі регіональних прогнозів формується загальнонаціональний прогноз (табл. 1)

Таблиця 1

Прогнози економічного розвитку України на 2012-2014 роки

Показник	2012 рік		2013 рік		2014 рік	
	оптимістичний сценарій	песимістичний сценарій	оптимістичний сценарій	песимістичний сценарій	оптимістичний сценарій	песимістичний сценарій
	(прогноз)					
Валовий внутрішній продукт:						
номінальний, млрд. гривень	1515,5	1505	1734,7	1708	2000	1887
відсотків до попереднього року	106,5	105	106,5	104,5	108	104,2
Індекс споживчих цін (грудень до грудня попереднього року), %	107,9	107,9	106,2	105,9	105,6	105
Індекс цін виробників промислової продукції (грудень до грудня попереднього року), %	109,7	109,4	107,7	105,5	107,2	105
Прибуток прибуткових підприємств, млрд. грн.	284,7	282,7	328,6	323,4	386,7	364,5

Середньострокові прогностні і програмні документи є базою для розроблення короткострокових документів (розробляються на один рік), в яких визначаються цілі, умови розвитку та відповідні заходи на наступний рік.

Збалансоване державне регулювання ринкової економіки повинно ґрунтуватися на системному науковому прогнозуванні, яке дозволяє на базі отриманої інформації про минуле й сьогодення стан економіки припустити альтернативні шляхи її розвитку в майбутньому періоді. Економічний спад виробництва та нестабільність економічної ситуації в Україні зумовлюють пріоритетне значення короткострокового прогнозування соціально-економічних процесів з використанням економіко-математичних моделей та експертних оцінок. Отже, сьогодення потребує розширення фронту прогнозування, дальшого вдосконалення методології розробки прогнозів. Оскільки, чим вищий рівень соціально-економічного прогнозування в суспільстві, тим вища й ефективність цілеспрямованого впливу держави на хід соціально-економічних процесів.

Список використаних джерел:

1. Циглик І.І. Прогнозування, планування і регулювання як складові підприємницької діяльності в системі внутрішнього економічного механізму / І.І. Циглик // Економіка, фінанси, право. – 2009. – №4. – С.6-9.

УДК 332.021

Гуменюк О.С. аспірант

Чернігівський державний інститут економіки і управління

ІННОВАЦІЙНА ЯКІСТЬ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

За два десятиліття державної незалежності в Україні було завершено найскладніший етап суспільної трансформації, сформовано основні інститути ринкової економіки. Однак концептуальна невизначеність щодо економічної моделі розвитку та недостатність соціальної спрямованості реформ погіршували стан використання людських ресурсів і гальмували стан інноваційного розвитку. Серед важливих причин неефективного використання освітнього, наукового, інтелектуального, інноваційного потенціалів регіонів є відсутність дієвого соціально орієнтованого стратегічного планування на загальнодержавному та регіональному рівнях.

Проблеми, що стосуються ефективного використання трудового потенціалу, стратегії людського розвитку, соціальної політики, освітнього, демографічного, працересурсного потенціалів тощо, досліджувались у працях вітчизняних вчених, зокрема Амоші О.І., Бандура С.І., Власенка Н.С., Гальчинського А.С., Гейця В.М., Грішної О.А., Долішного М.І., Заець Т.А., Злупка С.М., Колота А.М., Куценко В.І., Лагутіна В., Лібанової Е.М., Лукінова І.І., Новікової О.Ф., Онікієнка В.В., Павловського М.А., Писаренко С.М., Ревенка А.П., Стешенко В.С. Хомри О.У., інших вчених. В останні роки в Україні представниками провідних економічних шкіл формується система теоретико-методологічних підходів щодо переходу до інноваційної моделі розвитку економіки України. Вони наголошують на необхідності людського виміру, соціальної спрямованості державної політики. Перед державою постає завдання вдосконалення національної політики в контексті причинно-наслідкових взаємодій процесів глобалізації, європейської інтеграції, інноваційного розвитку, поміщення в центр цієї політики людини, її розуму, інтелекту, потреб, інтересів.

Початок ХІХ с. знаменується переходом до економіки знань, у якій джерелом економічного зростання є наукові та повсякденні знання. Їх нагромадження та використання (поряд з природними ресурсами, капіталом і працею) стає рушійною силою прискореного розвитку економіки, забезпечуючи високий рівень конкурентоспроможності країн як основи досягнення високого рівня життя населення. Знання як специфічний ресурс економічного розвитку, як індикатор можливостей країни інтегруватися в світові соціально-економічні системи, вимагають нових підходів до

використання людських ресурсів на державному рівні. На відміну від всіх інших ресурсів людські ресурси завжди мають відносно жорстку прив'язку до певної території. Кожен регіон має властиві йому демографічні, освітні, ментальні, мотиваційні, інформаційні, інноваційні, креативні, культурні, етносоціальні особливості, що визначає якість людських ресурсів та відповідну модель політики їх розвитку. Ефективне використання людського чинника у державній політиці дозволить забезпечити ефективне управління інноваційними процесами і визначить конкурентоспроможність національної економіки. У розвинутих країнах до 90 відсотків приросту валового продукту забезпечується за рахунок упровадження нових технологій. При цьому роль держави в даному процесі значно вагоміша, ніж при регулюванні звичайної економічної діяльності.

Україна, яка входила до "тридцятки" країн світової інтелектуальної еліти, успадкувала від СРСР значний науково-технічний потенціал. За даними досліджень, проведених ООН на початку XXI століття, Україна посідала одне з перших місць у світі за кількістю наукових співробітників. Рівень освіченості українців перевищував середній індекс країн Східної Європи і СНД.

На сьогодні Україна залишається серед світових лідерів за такими напрямками фундаментальної науки, як фізика, математика, інформатика, хімія, фізіологія, медицина; має піонерні напрацювання та прикладні розробки у сфері лазерної, криогенної, аерокосмічної техніки, засобів зв'язку та телекомунікацій, програмних продуктів; входить у "вісімку" держав, які мають необхідний науково-технічний потенціал для створення авіакосмічної техніки, та у "десятку" найбільших суднобудівних країн світу.

Проте, на відміну від розвинутих країн, у яких 85-90 відсотків приросту валового внутрішнього продукту забезпечуються за рахунок виробництва та експорту наукоємної продукції, частка України на ринку високотехнологічної продукції, який оцінюється у 2,5-3 трлн. доларів США, становить приблизно 0,05-0,1% [2]. Тому розвиток освіти і ефективне використання трудового потенціалу країни є одним із вагомих факторів впливу на інноваційні процеси в Україні, які, на жаль ще не набули достатніх масштабів і не стали суттєвим фактором зростання ВВП. Оскільки, незважаючи на національні відмінності, загальною рисою усіх без винятку національних інноваційних систем є лідерство у забезпеченні трьох пріоритетів розвитку: науки, освіти та наукоємного виробництва.

Стратегічним напрямом підвищення ефективності використання трудового потенціалу виступає формування його раціональної продуктивної зайнятості, яка б гарантувала нормальну трудову активність, високу продуктивність і оплату праці. Трудовий потенціал – сукупність працездатного населення з урахуванням інтелектуального розвитку, здібностей, знань, умінь, досвіду, духовних цінностей, звичаїв, традицій, переконань і патріотизму. Величина трудового потенціалу визначається демографічними чинниками (природним приростом, станом здоров'я, міграційною рухливістю та ін.), потребами суспільного виробництва в робочій силі й, відповідно, можливостями задоволення потреби працездатного населення у робочих місцях. На існуючих

підприємствах проблемою є також пасивна інноваційна поведінка, яка є характерною для більшості економічно активного населення України. Перешкодами на шляху формування цього типу поведінки є: недостатнє матеріальне забезпечення інноваційної діяльності; неефективність стимулювання інноваційної активності; незатребуваність творчої ініціативи; відсутність умов для впровадження інновацій; недосконалість системи державного захисту інтелектуальної власності і прав; відсутність умов для творчого розвитку; відсутність віри в інноваційну діяльність, її результативність; пасивність, байдужість людей; низький рівень інформаційного забезпечення; нерозвиненість системи страхування інноваційної діяльності.

Порівняння характеристик трудового потенціалу в Україні та зарубіжних країнах показує суттєве відставання рівня його розвитку за показниками економічної активності, безробіття, здоров'я, тривалості життя, кількості студентів тощо. Такий стан не випадковий, оскільки економічні умови для розвитку трудового потенціалу в Україні є несприятливими. Узагальнюючий показник умов розвитку трудового потенціалу в Україні у 6–8 разів нижчий, ніж у розвинутих країнах.

Отже, для зменшення та ліквідації відставання розвитку трудового потенціалу необхідна загальна зміна стратегічних пріоритетів соціального розвитку на користь людини праці та створення умов для забезпечення цього розвитку всіх стадіях відтворювального циклу. Якісну визначеність трудового потенціалу необхідно формувати в залежності від потреб виробництва, кон'юнктури ринку праці, системи соціально-економічних відносин. Державна політика повинна бути спрямована на підвищення якості трудового життя в Україні для реалізації населенням своїх потенційних трудових можливостей та подолання відчуття соціальної несправедливості у трудовій та соціальній сферах. Також необхідне оновлення структури і змісту вищої освіти, передбачивши вивчення питань інноваційної діяльності (стратегічного менеджменту, маркетингу, технологічного аудиту, фінансів, комерціалізації), упровадження нових освітніх програм і послуг, підвищення їхньої якості й конкурентоспроможності на основі нових інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Семів Л.К. Регіональна політика: людський вимір / Л.К Семів. – Львів: ІРД НАН України, 2004. -392с.
- 2.Рекомендації парламентських слухань на тему: "Національна інноваційна система України: проблеми формування та реалізації".- [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1244-16>

ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИХ ТА АДМІНІСТРАТИВНИХ МЕХАНІЗМІВ В ПРОЦЕСІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН ТА НАПРЯМИ ЇХ УДОСКОНАЛЕННЯ

Ми сьогодні є свідками трансформації економічної системи країни, змін, які відбуваються у сфері земельних відносин. Виникають нові форми власності, свою діяльність здійснюють суб'єкти різних організаційно-правових форм господарювання, відмічаємо застосування державою нових механізмів державного регулювання, корінним чином здійснюється формування і зміна нормативно-правової бази при регулюванні земельних відносин. В цих умовах проблеми раціонального використання земельних ресурсів та охорони земель є особливо актуальними, які особливо загострилися в сучасних умовах реформування земельних відносин, тому потребують ретельного аналізу шляхом розробки науково-методичних підходів з метою їх вирішення і наступної реалізації.

Як відомо, державне управління та регулювання землекористуванням характеризується розробкою та використанням системи економіко-правових, фінансових механізмів держави. Отже, з метою реалізації ефективного управління земельними ресурсами державою дійсно здійснюється розробка, розвиток і застосування до суб'єктів відповідних правових, організаційних, фінансових, економічних механізмів раціонального землекористування. Реалізація цих механізмів державою здійснюється, шляхом прийняття відповідних нормативних актів (стандартів, програм та інших нормативних документів). Зміни у земельних відносинах потребували реформування діючого законодавства і підштовхнули до формування принципово нових правових механізмів. Розвиток і реалізація нових правових механізмів пройшли довгий шлях розвитку і на кожному етапі держава ставила перед собою та відповідними органами державної влади різні завдання, пов'язані із змінами у землекористуванні, з реалізацією положень земельної реформи. Підставами для аналізу, розробки і удосконалення правових механізмів є наступні: необхідність створення ефективних механізмів управління, регулювання земельних відносин в нових економічних умовах, необхідність впровадження суб'єктами раціонального землекористування, реалізація ринку землі. Кризові явища, які існують у землекористуванні, відсутність ефективною системи землекористування, обмеженість земельних ресурсів необхідно розглядати сьогодні як загрозу економічній незалежності, національній безпеці Україні. У країні вже сформувалися відносини власності, монополія держави на землю ліквідована, роль землі як об'єкта нерухомості і як товару постійно посилюється і буде посилюватися при реалізації ринку землі. Використання цих механізмів повинно бути більш значимим й ефективним в нових економічних умовах. Таким чином, необхідно відмітити, що з однієї сторони існує об'єктивна необхідність у вирішенні, розв'язанні існуючих проблем і завдань.

Це можливо лише при посиленні ролі держави в управлінні земельними ресурсами, шляхом реалізації земельної реформи, залучені земельних ресурсів у активний економічний обіг. Тому перспективи вирішення вищевказаних завдань полягають у створенні і формуванні державою ефективних правових, економічних, організаційних механізмів.

Необхідно відмітити, що існує з однієї сторони необхідність посилення ролі держави в сьгоднішніх умовах в процесі регулювання економічних відносин між суб'єктами. З іншої сторони існує необхідність удосконалення існуючих механізмів. Необхідно відмітити, що держава регулює ці відносини, в більшості своїй, шляхом адміністративного втручання у відносини між суб'єктами, а також, неринковим втручанням. В сьгоднішніх умовах втручання держави у регулювання земельних відносин повинно полягати не стільки у реалізації командно-адміністративних методів управління, а скільки, у розробці, використанні та запровадженні державою ефективних правових, економічних механізмів регулювання майнових та земельних відносин між суб'єктами. Застосування адміністративного механізму в процесі регулювання відносин між суб'єктами пояснюється тим, що вони займали відповідне місце у регулюванні відносин шляхом створення відповідних адміністративних структур у державі із певним комплексом повноважень. Реалізація цих повноважень, у більшості своїй здійснювалася шляхом застосування владного державного примусу до правопорушників. Взагалі, використання адміністративного механізму в сьгоднішніх умовах при регулюванні земельних відносин не може вважатися ефективним і дієвим механізмом регулювання відносин між суб'єктами, бо він передбачає тільки використання норм, стандартів, приписів, відповідальність перед державою, здійснення контролю за суб'єктами господарювання і не передбачає певної їх матеріальної зацікавленості. Використання приписів є неефективними механізмами в умовах ринкової економіки, а тому, адміністративному механізму необхідно надати новий вектор спрямування та використання з метою реалізації завдань, які поставлені перед державою та з урахуванням інтересів усіх суб'єктів, з метою запровадження ефективних ринкових відносин в процесі здійсненні землекористування. Місце та роль держави в системі управління не тільки не повинна зменшуватися, а навпаки, повинна збільшуватися з метою більш ефективного регулювання земельних відносин між суб'єктами. Тому реалізація та запровадження адміністративного, правового та економічного механізмів має важливе практичне значення при ефективному їх поєднанні. Не дивлячись на малу ефективність використання адміністративних механізмів, науковці в той же час відмічають необхідність і важливість їх використання, так як крім економічних методів, соціально орієнтована ринкова економіка вимагає і передбачає використання адміністративних методів втручання саме в ті сфери господарювання, де інші механізми не можуть дати швидких та бажаних результатів. Саме відсутність належного державного регулювання призвела до таких кризових явищ в економіці країни. Соціально орієнтована економіка передбачає використання економічних методів керівництва. Використання адміністративних механізмів можливо в тих випадках, коли економічні методи

не дають швидкого бажаного результату. Їх використання дає позитивний результат в таких важливих напрямках, які використовує кожна держава: охорона навколишнього природного середовища, регулювання земельних відносин. Напрямок державного регулювання землекористуванням в певній частині повинен змінитися. В процесі застосування цих змін необхідно запровадити та використовувати такі ефективні адміністративно-правові механізми, які дозволять державі запровадити й реалізувати у найближчий час ринок земель в Україні з урахуванням інтересів усіх землекористувачів.

Відсутність відповідних економічних важелів не зацікавляє суб'єктів раціонально використовувати природні ресурси і перешкоджає державі здійснювати відповідний контроль за землекористувачами. Порівняно із використанням адміністративних механізмів використання економічних механізмів є більш дієвим засобом економічного впливу на суб'єктів, стимулюючи їх, з метою реалізації ними раціонального землекористування. Адміністративний механізм, який застосовується державою є все ж необхідним, однак, стає більш дорогим й малоефективним в ринкових умовах, так як не передбачає використання матеріальної зацікавленості суб'єктів, а потребує утримання великої кількості контролерів. Застосуванню адміністративного механізму необхідно надати новий, більш ефективний вектор направленості. Це може здійснюватися шляхом запровадження державою у нормативних актах економічних механізмів зацікавленості суб'єктів здійснювати раціональне землекористування. Економічні механізми впливу полягають у стимулюванні розвитку земельних відносин через податкове законодавство, кредитування, фінансування, використання важелів грошово-кредитної і бюджетної політики держави, субсидування та планування використання земель.

Стосовно нашої країни економіко-правові й фінансові механізми раціонального землекористування є одними із головних напрямів розробки і реалізації нової економічної політики України, елементами загальноекономічної державної політики, які повинні розвиватися відповідно до стану економіки суспільства. Головними інструментами - складовими економіко-правового механізму, можна визначити використання наступних заходів економічного регулювання: застосування економічних стимулів, економічних гарантій та засобів покарання. В якості засобів покарання передбачається застосування фінансових санкцій до суб'єктів правопорушників. В процесі реалізації цих механізмів державні командно-адміністративні методи управління землекористуванням змінюються на більш ефективні економічні методи. Головна мета економічного механізму полягає у застосуванні економічних важелів по відношенню до суб'єктів - землекористувачів в процесі здійснення ними господарської діяльності. Тому застосування економічного механізму націлено на стимулювання суб'єктів раціонально використовувати земельні ресурси, його можна визнати в якості першочергового завдання, першочергових заходів, які необхідно розробити і впровадити в нинішніх економічних умовах.

**ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ ЯК ФОРМА РОЗВ'ЯЗАННЯ
ПРОТИРІЧ КОРПОРАТИВНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ**

Для забезпечення подальшого розвитку економіки України нагальними є проблеми пошуку резервів прискорення динаміки і залучення факторів інтенсифікації економічного розвитку. Процеси глобалізації обумовлюють зростання взаємозв'язків і взаємозалежності національних економічних систем. У зв'язку з цим відбуваються якісні зміни в системі управління крупними компаніями, які змушені адаптуватися до мінливих умов і загостреної конкурентної боротьби. Все це веде до нової «хвилі» зливань компаній, масштаби якої важко переоцінити. Зростає кількість так званих «ворожих поглинань», коли об'єднання здійснюється всупереч волі менеджменту корпорації-цілі. Злиття і поглинання акціонерних компаній стали основними ринковими механізмами, що обслуговують процеси реорганізації та модернізації великих корпорацій, адже, по суті, вони здійснюють інтенсивний міжгалузевий перелив капіталу. Вони ж забезпечили інтернаціоналізацію господарського життя та формування транснаціональних корпорацій (ТНК), які її практично здійснюють.

Відзначаючи істотні зміни щодо місця й ролі корпорацій у сучасному ринковому господарстві варто також зазначити, що завдяки інституціоналізованим акціонерним механізмам взаємодії власності та управління, а також механізмам міжкорпоративної взаємодії, корпоративний сектор, представлений передусім великими корпораціями, отримує виключну стійкість, причому навіть у періоди спаду ділової кон'юнктури. Звичайно, у ході конкурентної боротьби постійно банкрутують нерентабельні компанії, даючи повчальний урок іншим. Але великим корпораціям майже завжди вдається пережити тимчасові фінансові труднощі, змінивши менеджмент, отримавши приватні чи навіть інколи державні фінансові «ін'єкції». Великі промислові корпорації, як і великі фінансові установи, перебувають постійно у полі зору уряду, аби виключити можливість їхнього банкрутства, здатного спровокувати кумулятивний ефект дестабілізуючих макроекономічних процесів. Найважливішим у сфері корпоративного сектору економіки на сьогоднішній день є управління відносинами по встановленню прав власності та їх перерозподілу з метою недопущення, пом'якшення і ліквідації конфліктів між співвласниками корпоративної власності. Розподіл прав власності виявляється як структурно-ієрархічна система норм матеріальних заохочень, штрафних санкцій і адміністративних дій, відповідно до яких розподіляються та привласнюються активи підприємства.

Теоретично причини соціально-економічних конфліктів пояснюються наявністю підвищеного ступеня несправедливості в розподілі прав власності й у неузгодженості морально-етичних і ідеологічних норм і цінностей, яких дотримуються суб'єкти й групи корпоративних відносин. До найважливіших і

типових видів конфліктів, які мають місце в корпораціях, варто зарахувати конфлікт між акціонерами (загальними зборами акціонерів) і спостережною радою, між спостережною радою й правлінням, між правлінням та представниками трудового колективу – профспілкою або якимось іншим його представницьким інститутом, правлінням і державними органами, між акціонерами-інсайдерами і акціонерами-аутсайдерами.

Центральним конфліктом потрібно визнати конфлікт між акціонерами аутсайдерами та інсайдерами і, зокрема, між аутсайдерами і директором (правлінням) корпорації й акціонерного товариства. Незважаючи на розвиненість в сучасних умовах відносин соціального партнерства, провідною фігурою є не акціонер взагалі, а акціонер-керівник підприємства. При цьому він, не володіючи підприємством юридично, стає фактичним розпорядником власності підприємства. Відокремлення інституту управління акціонерним товариством від інституту власності ще більше ускладнює корпоративні відносини. Найманий керуючий, реалізуючи волю акціонерів-власників, як оперативний розпорядник активами та інформацією набуває права інсайдерського контролю над підприємством і одночасно можливості діяти у своїх корисливих інтересах на шкоду акціонерам-власникам і підприємству в цілому. Внаслідок цього виникає проблема захисту прав власників і, перш за все, аутсайдерів.

Панування інсайдерського контролю з особливою силою проявляється в акціонерних товариствах України. У наш час директори підприємств мають небувалу свободу у використанні ресурсів підприємств для свого власного збагачення. Тому виникла необхідність звернутися до норм адміністративної, кримінальної та матеріальної відповідальності керівників і членів виконавчих органів підприємств за зловживання службовим становищем.

Отже, захист власності – захист прав акціонерів є на сьогодні в Україні важливою проблемою, оскільки від її вирішення залежать подальші успіхи у зростанні та розвитку економіки. Як висновок, необхідно відмітити, що економічним базисом розвитку корпоративних відносин є колективно-приватна власність – спільний приватний інтерес у формі партнерства й узгодження. Корпоративні відносини в економіці є базисом громадянського суспільства, який визначається ступенем узгодження інтересів суб'єктів корпоративного сектору.

Список використаних джерел:

1. Рудык Н.Б., Семенкова Е.Б. Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием. – М., 2000. – С. 43-58.
2. Криворак А., Баева Т. Корпорация и корпоративная собственность / А. Криворак // Экономист. – 2008. – № 9. – С. 58-61.
3. Радева М.М. Корпорация як інституційна форма розвитку економічної системи / М.М. Радева // Економіка та держава. – 2008. – № 4. – С. 46-49.

**РЕАЛІЗАЦІЯ ГРОШОВО-КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ НА
РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ**

Інструментом грошово-кредитного регулювання, який практично не задіяний в банківській системі України, є операції на відкритому ринку. Незначні обсяги вкладень регіональних банків у державні цінні папери звужує можливість регулювання їх ліквідності шляхом проведення операцій на ньому. Вплив цього чинника на стан регіональної банківської системи слід розглядати з двох позицій, а саме з позиції впливу на короткострокову ліквідність комерційних банків через обмеженість заходів грошового регулювання, які негативно характеризують можливість забезпечення НБУ стійкості регіональної банківської системи, а також перерозподіл ресурсів в економіці за рахунок відмови комерційних банків від фінансування бюджету на користь кредитування реального сектора економіки, що є позитивним чинником їх діяльності та забезпечення стійкості. Однак крім державних цінних паперів при проведенні операцій на відкритому ринку Національний банк України використовує власні облігації. Також НБУ планує розширити ломбардний список за рахунок включення в нього високоліквідних цінних паперів найбільших українських емітентів, що мають відносно високий рейтинг. Тому в перспективі комерційним банкам слід використовувати ці інструменти регулювання своєї короткострокової ліквідності. Основною перешкодою проведення операцій на відкритому ринку для регіональних банків залишається нерозвиненість інфраструктури ринку цінних паперів.

Дослідження грошово-кредитного регулювання банківської системи, економіки регіону, проведеного НБУ, дозволило зробити наступний висновок. Недостатність взаємодії комерційних банків регіону з реальним сектором економіки регіону зумовлює зниження ефективності проведеної грошово-кредитної політики держави. Відсутність тісних зв'язків банків і реального сектору економіки означає ослаблення традиційних каналів трансмісійного механізму грошово-кредитної політики НБУ. У свою чергу відсутність макроекономічного ефекту грошово-кредитного регулювання в реальному секторі економіки регіону призводить до ослаблення позитивного зворотного зв'язку підприємств і банків. У результаті посилюється нестійкість банківського сектора регіону. Таким чином, ефективність грошово-кредитної політики держави, як одного з найважливіших чинників забезпечення стійкості банківського сектора, можлива лише за умови тісної взаємодії комерційних банків з реальним сектором економіки.

Тобто, операції на відкритому ринку є одним з таких ринкових інструментів грошово-кредитного регулювання, який, змінюючи ліквідність банківської системи, впливає на відсоткові ставки грошового ринку, кредитну спроможність банків, інвестиційний потенціал країни, сприяє розвитку ринку державних цінних паперів і фондового ринку, що забезпечує економічний

розвиток країни. Тому за сучасних умов зростає важливість операцій відкритого ринку НБУ як дієвого та гнучкого інструменту регулювання грошових потоків.

УДК 331.01

Зозуля О.Г., студента групи 5 МО (3)

Черкаський національний університет ім.Б. Хмельницького

МОДЕЛЬ ОПЛАТИ ПРАЦІ ЗБУТОВОГО ПЕРСОНАЛУ В РИНКОВИХ УМОВАХ

В Україні існує безліч проблем, пов'язаних з мотиваційною політикою: проблема взаєностосунків з керівництвом незадоволеність розміром заробітної платні, умовами побуту і праці в цілому на підприємстві. Головною перешкодою на шляху рішення цих питань – небажання управлінського персоналу замислюватися про умови життя і праці людей, що безпосередньо створюють прибуток. У ринкових умовах слід надавати особливу увагу як матеріальному так і нематеріальному стимулюванню, створюючи гнучку систему пілг для працівника.

Актуальність проблем мотивації не заперечуються ні наукою, ні практикою, оскільки від чіткої розробки ефективної системи мотивації залежить не тільки підвищення соціальної і творчої активності конкретного працівника (менеджера, робочого), але і кінцеві результати діяльності підприємств різних організаційно-правових форм власності, виробничої і невиробничої сфер діяльності [2].

У сучасних ринкових умовах підприємства ведуть боротьбу між собою за отримання замовлень від споживачів. Важлива роль тут належить саме збутовому персоналу, який повинен належно і вчасно задовольняти потреби споживачів. Розробка мотиваційного механізму підвищення ефективності збутової діяльності здійснюється на підставі вивчення теоретичних основ і сучасних тенденцій мотивації праці та аналізу реального стану систем мотивації працівників збутових підрозділів українських підприємств.

Існують три основні види оплати праці збутовиків: система комісійних, система окладу і змішана система оплати (оклад і комісійні). Доцільність застосування того чи іншого виду залежить від багатьох факторів і має індивідуальний характер для кожного господарюючого суб'єкту. Тому розробка системи оплати праці збутового персоналу, як діючого мотиваційного механізму повинна мати творчий індивідуальний характер і розроблять безпосередньо менеджерами вищої та середньої данки самого підприємства, при необхідності спираючись на рекомендації зовнішніх експертів. В ринкових умовах і в умовах кризи, яка торкнулась усіх підприємств України працівники збутових підрозділів, як не які інші, повинні бути переконані у наявності стійкого зв'язку між одержуваною матеріальною винагородою і продуктивністю праці. У заробітній платі обов'язково повинна бути присутня складова залежна від досягнутих результатів.

Розглянемо як може виглядати така система оплати праці працівників підприємства, яке є збутовою філією або займається посередницькою діяльністю.

На сьогоднішній день оплата праці збутовиків, як правило, складається з фіксованої ставки та премії, що назначає безпосередній керівник.

Удосконалення системи оплати праці можливо проводити у двох напрямках: реформування заробітної плати торгового персоналу (регіональні менеджери, торгові агенти) та реформування заробітної плати управлінського персоналу.

Для управлінського персоналу можлива наступна схема нарахування заробітної плати: оклад + 30% від окладу фіксована премія, яка може зніматись безпосереднім керівником у разі дисциплінарного порушення в розмірі від 5 до 15% окладу та у разі професійного порушення до повного розміру премії + до 15% від окладу – премія за ініціативність у нестандартних та кризисних ситуаціях, яка назначається безпосереднім керівником, а також + 15% від окладу – премія за самостійне підвищення кваліфікації, яка нараховується при наявності сертифікату чи свідоцтва про прослуховування курсів або відвідування семінарів.

Для торгового персоналу, що безпосередньо впливає на обсяги реалізації, система оплати праці буде пов'язана з виконанням плану продажу. Для торгових агентів заробітна плата буде складатись з окладу в розмірі 500 грн. + премія, процент якої буде визначатись процентом виконання плану продажу (якщо план виконано на 100%, то торговий агент отримає 100% премії) + премія за відповідність корпоративним стандартам точок продажу, що закріплені за агентом в розмірі 30% від окладу, яку буде назначати регіональний менеджер. Для регіональних менеджерів заробітна плата може складатись з окладу в 800 грн. + премія, процент якої буде визначатись процентом виконання плану продажу.

Практика показує, що збільшення фонду заробітної плати буде незначним в порівнянні з зростанням прибутку, отже така система оплати праці є ефективною. Розглянута система оплати праці управлінського та торгового персоналу повинна бути затверджена офіційним документом приказом або положенням про оплату праці, яке може мати наступний вигляд.

Список використаних джерел:

1. *Алехина О.Е. Стимулювання розвитку працівників організації. // Управління персоналом. – 2002. - № 1. – с. 50-52.*
2. *Дряхлов Н., Купріянов Е. Системи мотивації персоналу в Західній Європі і США // Проблеми теорії і практики управління.- 2002.- № 2. - с. 83-88.*
3. *Колот А.М. Мотивація Персоналу: Підручник.- К: КНЕУ, 2002.- 337с.*
4. *Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: Учебник. – М.: Инфра-М, 2004. - 638с.*
5. *Качина А. В. Организация и оплата труда в условиях рынка (аспект эффективности). - К.: МАУП, 1995.*

*Ковтуненко В.О., викладач кафедри
економічної теорії та міжнародної економіки
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького
Осадча І.В., студентка групи 5 ЕТ*

Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ТА СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ПРИВАТИЗАЦІЇ В УКРАЇНІ

Приватизація держмайна стала одним з наріжних каменів соціально-економічних реформ в Україні. Її роль у формуванні підвалин ринкової економіки, створенні критичної маси ефективних приватних власників є незаперечною. Проте завдання приватизації досить часто звужуються до суто фіскальних, а непослідовність і непрозорість приватизаційних процесів, їх значна політизація надають підґрунтя для неоднозначної оцінки з боку експертів, політиків, представників громадянського суспільства, створюють передумови для політичного протистояння, що, зрештою, перешкоджає формуванню коректної приватизаційної стратегії [1].

Як наслідок, перебіг приватизаційних процесів в Україні характеризувався неефективною державною політикою у сфері приватизації, якій притаманні:

- практична відсутність стратегії реформування відносин власності в цілому та у виробничому секторі економіки зокрема;
- неврахування міжгалузевих зв'язків в економіці;
- нерозвиненість інституційних механізмів ринкового регулювання економіки;
- неефективність протидії поширенню схем тіньової приватизації;
- недостатня прозорість прийняття рішень щодо приватизації, зокрема стратегічних підприємств і підприємств-монополістів, які є основою економічного розвитку та національної безпеки держави.

В результаті в Україні досі не склалася ефективна інституційна система, яка б забезпечувала оптимальне використання національного економічного потенціалу та могла б стати основою суспільного консенсусу щодо стратегічних завдань соціально-економічного розвитку. Це значною мірою змарнувало потенціал інвестиційної привабливості, закладений демократичним оновленням української держави [2].

З нашої точки зору, основними цілями економічної стратегії держави в інституційній сфері мають стати створення умов для підвищення ефективності діяльності підприємств, створення конкурентного середовища та оптимізація частки державного сектору економіки. Це потребує поєднання завдань зміцнення національного приватного капіталу, підвищення ефективності управління державним сектором економіки, вдосконалення корпоративного управління, створення інституційних механізмів забезпечення функціонування різних форм власності та господарювання і визначення їх оптимального співвідношення.

Відтак основними шляхами подальших інституційних перетворень в Україні мають стати:

- продовження приватизації інвестиційно-привабливих підприємств;
- здійснення передприватизаційної підготовки інвестиційно-непривабливих підприємств з метою підвищення їхньої вартості та наступної приватизації;
- приватизація неперспективних для надання державної допомоги та функціонування в державній власності підприємств за символічну ціну;
- підвищення ефективності функціонування державних підприємств.

Вибір одного з наведених шляхів щодо конкретних підприємств має здійснюватися на підставі виважених науково обґрунтованих методик з урахуванням стратегічних орієнтирів соціально-економічного розвитку країни.

Формування стратегії і тактики у сфері приватизації має виходити з усвідомлення суттєвих ризиків, які не лише не долаються в процесі роздержавлення, але й можуть посилюватися. Зокрема:

- збереження приватизованим підприємством монопольної позиції на ринку в умовах відсутності ефективного антимонопольного регулювання;
- можливі спекулятивні дії з боку інвесторів в умовах приватизації, які здійснюються з метою дестабілізації ситуації на відповідному ринку, або в розрахунку на спекулятивний перепродаж пакету акцій або їх частин іншим інвесторам, що не відповідає національним інтересам;
- відчуження та перепрофілювання окремих майнових складових підприємств, що може негативно відбитися на становищі у відповідній галузі, забезпеченні внутрішнього ринку, доходах окремого регіону, виконанні компанією соціальних функцій тощо;
- ускладнення реалізації стратегічних інтересів держави через ймовірне скорочення некомерційних і малорентабельних видів діяльності компанії, зниження рівня соціальних гарантій для окремих категорій споживачів тощо;
- недооцінка основних фондів, які надходять на продаж в цілісному майновому пакеті, зокрема – складових інфраструктури, системи рекреаційних закладів, закладів навчання тощо, які можуть стати предметом подальшого перепродажу за значно більш високою вартістю та обумовлювати спекулятивність попиту на активи компанії в цілому;
- можливе скорочення зайнятості в ході невважених процесів постприватизаційної реструктуризації.

Наведені ризики є цілком реальними зважаючи на те, що однією з ключових проблем у приватизаційній сфері є неузгодженість стратегічних цілей та завдань приватизації з концепцією здійснення економічних реформ, орієнтирами соціального розвитку, завданнями становлення інноваційно-інвестиційної моделі розвитку. Сформувався конфлікт цілей приватизації, за якого приватизаційні процеси часто підпорядковуються суто поточним фіскальним потребам, а подекуди – й вузьким лобістським інтересам окремих корпоративних груп. Це стає особливо відчутним на порозі «нової хвилі» приватизації, яка охоплюватиме низку стратегічно важливих, системоутворюючих для національної економіки об'єктів. Вимоги щодо

забезпечення національних інтересів і національної безпеки у сфері приватизації, сформульовані відповідним рішенням РНБОУ та затверджені Указом Президента України від 6 березня 2008 р., не знаходять належного втілення у діях виконавчої влади.

Продовження курсу на приватизацію стратегічно важливих потужних виробничих комплексів з метою фінансування поточних видатків бюджету та без прийняття відповідної стратегічної Програми є неприпустимим. Критерії прийняття рішень щодо приватизації мають базуватися на пріоритетності технологічного та управлінського оновлення підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності, а кошти, отримані від приватизації, - ефективно розподіляться для задоволення потреб стратегічного розвитку суспільства.

Враховуючи втрату в ході приватизації можливостей прямого державного впливу на діяльність стратегічних підприємств і підприємств-монополістів, їхній продаж необхідно синхронізувати з ринковою трансформацією галузей та впровадженням адекватних систем регулювання (в енергетиці, телекомунікаціях, добувних галузях, комунальному господарстві тощо) [3].

Пріоритетним завданням подальшої приватизаційної політики є, на нашу думку, також забезпечення суспільної довіри до приватизаційних процесів. Це дозволить уникнути в подальшому небезпеки поновлення дискусій щодо правомірності укладення приватизаційних угод, які вже завдали суттєвого негативного впливу на інвестиційний імідж України [1].

З цією метою в політиці щодо приватизації необхідно зробити акцент на:

- відкритому й зрозумілому формулюванні стратегії приватизації в загальному контексті стратегії розвитку економіки України;
- забезпеченні прозорості та аргументованості політичних рішень щодо приватизації ключових підприємств національної економіки;
- відкритій системній протидії будь-яким способам тіньового відчуження об'єктів державної власності;
- забезпеченні прозорості процесів приватизації та їх системного моніторингу.

Список використаних джерел:

1. Українська приватизація: проблеми та пріоритети [Електронний ресурс] / Національний інститут стратегічних досліджень. — Режим доступу: http://old.niss.gov.ua/Table/Brifing/pres_rel.htm
2. Чечетов М. В. Приватизація: теорія, методологія, практика: Монографія / М. В. Чечетов – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2005. – 645 с.
3. Попов А.Е., Ремизов Г.В. Перспективы и развитие процессов приватизации в Украине [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Bi/2010_6/17-21.pdf

*Подунейко К.О., студентка групи 5 МО (3),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Дроботова М.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ЗМІСТ ТА ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Як відомо, процес праці є споживанням робочої сили. Одну й ту саму чисельність працівників можна розрізнити сукупною здібністю до праці через відмінності в підготовленості, віці, ставленні до праці тощо, а звідси і неоднаковою кількістю праці, яку вони можуть виконати у процесі виробництва. У такому випадку говорять про різний трудовий потенціал однакових за чисельністю груп працівників.

У найзагальнішому вигляді трудовий потенціал характеризує певні можливості, які можуть бути мобілізовані для досягнення конкретної мети.

У загальному вигляді трудовий потенціал характеризує певні можливості, які можуть бути використані для досягнення конкретної цілі. У ринкових умовах трудовий потенціал як економічна форма втілення людського фактора виробництва, реалізується в різних формах власності. Якщо поєднання робочої сили із засобами виробництва здійснюється на державних підприємствах, то трудовий потенціал є власністю держави. Якщо це поєднання здійснюється на приватному підприємстві – реалізується приватна форма власності. У тих випадках, коли особи ведуть індивідуальну трудову діяльність, вони є одночасно власниками речових і особистих факторів виробництва.

У процесі формування ринку праці та існування безробіття зростає величина нереалізованого трудового потенціалу суспільства. У зв'язку з цим, суспільство несе непродуктивні витрати щодо забезпечення життєдіяльності працюючих, необхідності оплачувати набуття ними нових трудових навичок відповідно до потреб ринку [1, 2].

Трудовий потенціал є складною соціально-економічною категорією, яка характеризується єдністю кількісних і якісних ознак. Це означає, що у зміст категорії „трудовий потенціал” слід включати не тільки суб'єктів праці з урахуванням рівня їх технологічної і технічної озброєності, але й місце застосування праці. Аналіз процесів, які відбуваються в Україні, свідчить, що кількісні показники трудового потенціалу стабільно знижуються.

Ситуація, яка склалася сьогодні у розвитку трудового потенціалу України, стала справжнім потрясінням для більшості людей, що довгий час жили в умовах повної зайнятості, абсолютної довіри до державного контролю за цінами і розподілом товарів та послуг. Громадяни України відчули вплив відкритого безробіття і вкрай швидкого соціального розшарування.

Тому дослідження процесів формування і використання трудового потенціалу суспільства та підприємства є досить актуальним в сучасних умовах економічного розвитку України, оскільки підвищення ефективності використання трудового потенціалу на підприємстві та у суспільстві в цілому може забезпечити зростання індексу людського розвитку держави.

Трудовий потенціал – це ресурсна категорія; він повинен містити в собі джерела, засоби, ресурси праці, які можуть бути використані для рішення будь-якої задачі, досягнення визначеної мети, можливості окремої особи, суспільства, держави в конкретній області [1].

Необхідно розрізняти трудовий потенціал у вартісному виразі і номінальну вартість трудового потенціалу. Якщо перший відноситься до статистичного показника оцінки трудового потенціалу, то вартість трудового потенціалу за номіналом є номінальна ціна ресурсу праці на ринку праці.

Трудовий потенціал - поняття динамічне, що змінюється в рамках даного способу виробництва в міру розвитку продуктивних сил і виробничих відносин. Тому для виміру трудового потенціалу, насамперед, необхідно виразити найбільш загальні ознаки його зв'язків із продуктивними силами і виробничими відносинами.

Трудовий потенціал формує економічно активне населення, що зайнято в суспільному виробництві і складає пропозицію робочої сили на ринку праці. Ефективність реалізації фізичних і інтелектуальних здібностей працездатної особи залежить від умов, у яких використовується її робоча сила. Цим обумовлений результат економічної діяльності працездатного населення. Трудовий потенціал формується на різних рівнях управління: національному, регіональному, а також на рівні господарюючого суб'єкта. При цьому існують особливості його формування та збереження, однак основа трудового потенціалу залишається незмінною, тому що її складає працездатна людина.

Таким чином, стосовно до підприємства трудовий потенціал – це гранична величина можливої участі працівників у виробництві з урахуванням їх психофізіологічних особливостей, рівня професійних знань і практичного досвіду. Трудовий потенціал підприємства включає декілька статево-вікових груп працівників, що володіють різними потенційними можливостями, якісно характеризуються освітнім і професійно-кваліфікаційним рівнем і стажем роботи з обраної спеціальності. Він формується під впливом технічних і організаційних факторів, тому що з метою здійснення виробничого процесу з урахуванням спеціалізації кожне підприємство оснащується необхідним обладнанням.

Трудовий потенціал працівника – це його можлива трудова дієздатність, його ресурсні можливості у сфері праці. У процесі практичної діяльності потенційні можливості не завжди використовуються повною мірою. На окремому підприємстві трудовий потенціал являє собою сукупну трудову дієздатність його колективу, ресурсні можливості у сфері праці всіх працівників підприємства, виходячи з їхнього віку, фізичних можливостей, знань і професійно-кваліфікаційних навичок [3].

Тому є підстави розглядати трудовий потенціал не лише як масу праці, якою володіє виробничий об'єкт, але і включати умови реалізації цього потенціалу (технічну озброєність праці, рівень його механізації, організації і так далі). У такому підході, на перший погляд, є свій резон. Дійсно, здібність працівника до праці реалізують у певних технічних, економічних, організаційних, соціальних й інших умовах, і від цього залежать результати

праці. Проте таке розуміння характеризує не трудовий, а виробничий потенціал підприємства. Одним із найважливіших показників, що характеризують виробничі можливості підприємства, є чисельність промислово-виробничого персоналу. Чим більша чисельність, тим за інших рівних умов більший об'єм виробленої продукції. Такий шлях збільшення обсягу виробництва класифікується як екстенсивний. Проте показник чисельності працівників, навіть за видами діяльності (зайняті основною діяльністю, зайняті в невиробничих підрозділах підприємства), за категоріями промислово-виробничого персоналу, недостатній для повної характеристики трудового потенціалу, особливо для мети управління кадрами в умовах ринкової економіки.

Таким чином, трудовий потенціал виражає, з одного боку, можливості участі працівника або всіх членів колективу підприємства в суспільно корисній діяльності як специфічного виробничого ресурсу, з іншого – характеристику якостей працівників, що відображають рівень розвитку їхніх здібностей, придатності і підготовленості до виконання робіт певного виду і якості, ставлення до праці, можливостей і готовності працювати з повною віддачею сил і здібностей.

Трудовий потенціал складається з багатьох компонентів, головним з яких є: здоров'я, освіта, професіоналізм, моральність, вмотивованість, вміння працювати в колективі, творчий потенціал, активність, організованість, ресурси робочого часу. Показники компонентів трудового потенціалу можуть характеризувати як одну людину, так і різні колективи, у тому числі персонал підприємств і населення країни в цілому

Отже, трудовий потенціал підприємства – це величина можливої участі робітників у виробництві з урахуванням психологічних заходів щодо збалансованого розвитку економіки країни, особливостей, рівня професійних знань та отриманого досвіду. При визначенні його величини необхідно правильно вибрати показник вимірювання, що сприятиме ринковому розумінню даної категорії та найбільш повному розгляду в контексті формування шляхів підвищення ефективності його використання.

Список використаних джерел:

1. Васильченко В. С., Гриненко А. М., Грیشнова О. А., Керб Л. П. Управління трудовим потенціалом: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2005. — 403 с.
2. Осовська Г. В., Крушельницька О. В. Управління трудовими ресурсами. — Ж.: ЖІТІ, 2000.
3. Щекин Г. В. Теория и практика управления персоналом. — К.: МАУП, 1998.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Базовою основою економічного та інноваційного розвитку регіону, піднесення його конкурентоспроможності, була і залишається людська праця, ефективне використання соціально-трудоного потенціалу регіону. Затяжна фінансово-економічна криза, яка нині охопила світ, негативно вплинула на функціонування ринків праці, забезпечення соціальних стандартів життя. Набула загострення проблема неефективного використання та розвитку соціально-трудоного потенціалу. Правові та економічні інструменти соціального регулювання залишаються в Україні недосконалими, має місце поширення бідності серед працюючих, слабкість соціального діалогу, руйнація багатьох соціальних і трудових цінностей, деморалізація суспільства, втрата довіри до інститутів влади на тлі протиріч між працею і капіталом.

Актуальність проблематики соціально-трудоного потенціалу не втрачає своєї актуальності, не зважаючи на те, що вона знаходиться у полі зору відомих в Україні вчених (В. Антонюк, І.Бережна, О.Грішнова, С. Злупко, А.Колот, Е. Лібанова, О. Новікова, В. Онікієнко, У. Садова, М. Семикіна, Л. Семів, Л. Шаульська, Л. Шевчук та ін.). Недостатньо вивченими залишаються регіональні особливості соціально-трудоного потенціалу, соціально-економічні важелі оптимізації його розвитку відповідно до стратегічних потреб економіки області та при формування нової стратегії регіону і це вимагає активізації наукових досліджень в цьому напрямі. Нагальна необхідність розв'язання проблеми неефективного використання та розвитку соціально-трудоного потенціалу недостатньо враховується у практичній діяльності органів державного управління та місцевого самоврядування. Актуальними залишаються пошуки нових підходів до розробки виваженої соціально-економічної політики на рівні окремих територіальних суспільних систем, які б могли відіграти дієву стабілізуючу роль у відновленні економічної рівноваги розвитку регіону.

Метою дослідження є визначення цільових орієнтирів ефективного використання соціально-трудоного потенціалу регіону, які б враховували подолання диспропорцій у компонентній структурі соціально-трудоного потенціалу відповідно до галузевої структури регіональної економіки.

Узагальнюючи результати аналізу наукових джерел, схематичне уявлення про сутність соціально-трудоного потенціалу пропонуємо на рис. 1.

Критичний аналіз наукової думки дозволяє автору трактувати соціально-трудогий потенціал регіону як комплексну категорію, яка відображає інтегральну сукупність кількісно-якісних характеристик населення, здатного до праці (тобто наявних ресурсів і резервів живої праці регіону) та соціальних умов з притаманними культурою, етикою, відносинами, соціальними зв'язками,

що дають змогу формувати, розвивати та ефективно реалізувати трудові можливості населення на основі зайнятості в економіці регіону.



Рис. 1. Авторське уявлення про сутність соціально-трудового потенціалу

З нашої точки зору, соціально-трудова потенціал регіону завжди відображає наявний та потенційний запас соціально-трудова можливостей регіону, що формуються демографічними, економічними, політичними, соціальними, культурно-історичними, географічними та іншими чинниками, виявляючи себе у соціально-трудова сфері в результаті активних соціальних взаємодій і взаємозалежностей, впливаючи на соціально-економічний розвиток регіону. Стосовно Черкащини справедливо підкреслити, що впродовж усіх років ринкових реформ суперечлива дія зовнішніх та внутрішніх чинників, особливо чинників соціально-економічного, демографічного змісту, призводила до втрат цього потенціалу як з огляду цілей людського розвитку, так й критеріїв ефективності економіки регіону та держави.

Як засвідчує аналіз стану та динаміки змін компонентної структури соціально-трудова потенціалу Черкаської області, мова йде про депресивний регіон, в якому мають місце низькі або близькі до них значення показників природного відтворення населення, економічної активності, освітньо-кваліфікаційної підготовки, а також відзначаються негативні вияви деградованої економічної поведінки (такі як аморальність, неорганізованість, анемічність тощо).

Якщо проаналізувати природну основу соціально-трудова потенціалу Черкаської області (демографічну компоненту) – відтворення населення та його здоров'я, то можна зазначити, що природний рух населення у Черкаській області, з року у рік демонструє негативну тенденцію. Незважаючи на те, що в останні роки ситуація покращилася (рівень зріс на 22,5%), абсолютне значення показника залишається від'ємним, при чому коливається у межах рівня 1995 року (-7,4). Рівень народжуваності у регіоні в 2010 р. становив 9,7 осіб на 1000

населення і за 10 років його значення зросло майже на третину (29,3%). Але має місце відмінність тенденції між містом та селом (у міських поселеннях зростання становило 39,4%, в сільських – лише 17,5%) Це свідчить про поглиблення депопуляційних ознак розвитку Черкащини [2]. Суттєвою детермінантою відтворення населення регіону є міграція (у 2010 р. міграційний приріст населення скоротився на 3,7 тис. осіб проти -5,1 тис. осіб у 2000 р.). Проте, найбільш значимим для регіону є динаміка показників народжуваності та смертності населення.

Таким чином, наведені дані свідчать, що за деформаціями демографічної компоненти відтворення соціально-трудового потенціалу Черкащина є одним з надзвичайно показових регіонів України. Такий стан справ обумовлює потребу у корегуванні підходів до формування стратегії розвитку регіону.

Розробка нової стратегії розвитку Черкаської обл. має бути спрямована на збереження соціально-трудового потенціалу регіону, його ефективний розвиток та використання, подолання деструктивного впливу на всі сфери суспільного життя, щоб запобігти деградації ціннісних орієнтацій суспільства, нівелювання моральних, культурних засад, соціального відчуження. Практичне втілення пріоритетів досягнення цілей нової стратегії повинно визначатись, виходячи з реальних ресурсних можливостей, які акумульовані в регіоні (природно-географічних, фінансових, матеріально-технічних, кадрових, часових) та можуть бути мобілізовані через відповідні рішення місцевих органів державної влади.

Список використаних джерел:

1. Грیشнова О. А. Економіка праці та соціально-трудові відносини: Підручник / О. А. Грیشнова. – К. : Знання, 2004. – 535 с.
2. Статистичний щорічник Черкаської області за 2010 рік. Головне управління статистики в Черкаській області: Черкаси, 2011. – 543 с.
3. Регіони України: Статистичний збірник. 2010. Частина I / За ред. О.Г. Осауленка // Державний комітет статистики України. – К., 2010. – 368 с.
4. Стратегія розвитку регіону: Черкаська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.oda.ck.ua/index.php?lng=ukr>

УДК 338.439.5

Саковська О.М., викладач,

Уманський національний університет садівництва

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГУЛЯТОРНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ЗЕРНА

В сучасних умовах зерновий ринок України розвивається безсистемно, що дає підстави вважати виробництво зерна ризикованим у фінансово-економічному плані. Найбільш нестабільною залишається ланка виробництва зерна, яка під впливом ряду чинників пропонує обсяги виробництва із варіацією від 20 до 50 млн. тонн в рік. Дослідження показують також неорганізованість та нерегульованість даного ринку, недостатню системність та неузгодженість законодавства України, відсутність розвиненої логістичної системи, брак диверсифікації та монополізації каналів збуту збіжжя і ін. Це при

тому, що зерно є стратегічним продуктом, від якого залежить не лише продовольча безпека країни, але й формування рівноваги на світовому ринку зерна.

Тому об'єктивною передумовою ефективного функціонування ринку зерна є ефективність та прогнозованість його державного регулювання. А стратегічний підхід до державного регулювання зернового ринку та вдосконалення законодавчої та нормативно-правової баз можуть істотно покращити результативність всіх суб'єктів даного ринку.

На даному етапі розвитку суспільства нерегульованого ринку у світі не існує. Кожна країна спрямовує свої зусилля на те, щоб розробити такі заходи корекції ринкового механізму, які, зберігаючи його позитивні якості, дозволили б звести до мінімуму властиві йому руйнівні сили. Державне регулювання економікою – це ефективна компенсація негативних дій ринкового механізму, недопущення небажаних соціально-економічних наслідків. Досвід країн з розвинутою економікою стверджує, що державне регулювання є невід'ємною частиною сучасного ринку: держава через різні важелі впливає на процес саморегуляції попиту і пропозиції в інтересах сільськогосподарських товаровиробників і країни загалом. Можна виділити такі напрями державної підтримки сільськогосподарського виробництва: цінова політика, оподаткування, бюджетна підтримка, кредитне забезпечення, митно-тарифне регулювання, сприяння розвитку страхування, гарантії Уряду щодо інвестування зарубіжними установами, забезпечення доходності вітчизняних товаровиробників галузі, еквівалентності міжгалузевих відносин, формування рівних умов конкуренції з виробниками інших країн і ін. [1].

Зерновий ринок – складова агропродовольчого ринку, найбільш соціально важливого ринку країни. Останнє зумовлює його чутливість до політичних впливів, насамперед, загроз застосування адміністративних методів регулювання. Відповідно до Закону України "Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року" (від 24.06.2004 р. № 1877-IV) пріоритетом державної аграрної політики є гарантування продовольчої безпеки держави, а саме: забезпечення населення життєво необхідними продуктами харчування з власних джерел і доступність їх всім громадянам країни в обсягах і асортименті, що максимально задовольняють необхідні і корисні потреби. Йдеться не тільки про фізичну доступність продуктів харчування, яка досягається методами балансового регулювання, але і про економічну доступність, яка досягається засобами цінового регулювання. Як балансове, так і цінове регулювання здійснюються на сьогодні переважно адміністративними механізмами – через обмеження експорту зернових (заборони, квоти, ліцензії), обмеження рентабельності виробництва борошна першого та другого ґатунку, хліба та хлібобулочних виробів з нього.

У свою чергу, застосування адміністративних механізмів регулювання ще більше викривлює ринкову ситуацію на зерновому ринку – призводить до зменшення прибутків і зростання втрат учасників ринку, поглиблення нерівномірності у розподілі прибутків, стимулює чергові провали ринку, які знову врегульовуються адміністративними методами. Зокрема, неузгоджені з

учасниками ринку і несподівані для них заходи по обмеженню експорту зерна зашкодили репутації країни на світових зернових ринках, адже найбільшими експортерами українського зерна є європейські, американські і російські компанії. Крім негативних короткострокових наслідків для учасників аграрного ринку, обмеження на експорт зерна матимуть негативний довгостроковий ефект. У довгостроковій перспективі українським експортерам доведеться відновлювати втрачені позиції на світових ринках, а державі – втрачену довіру учасників ринку [2, 3].

Державне регулювання ринку зерна – це система економічних, фінансових, юридично-правових, організаційних і соціальних заходів, здійснюваних державою з метою забезпечення ефективного і стабільного розвитку ринку зерна та повного забезпечення населення якісними продуктами переробки зерна за прийнятними цінами.

Державна політика щодо розвитку ринку зерна визначається відповідно до Закону України «Про зерно та ринок зерна в Україні» № 37-IV від 04.07.2002 року [4]. Цей Закон спрямований на створення правових, економічних та організаційних умов конкурентоспроможного виробництва і формування ринку зерна для забезпечення внутрішніх потреб держави у продовольчому, насіннєвому та фуражному зерні, нарощування його експортного потенціалу.

На наш погляд, державне регулювання економіки має бути збалансованим, не замінити ринковий механізм, а лише доповнювати його в межах дії економічних ринкових законів за допомогою перевірених світовою практикою економічних і правових важелів, як ціни і тарифи, відсотки, податки, кредити, цінні папери, амортизаційна політика, пільги, державне замовлення і контракт, резерви, субсидії, субвенції, державне мито.

Так, важливим напрямом державного регулювання є поєднання принципів вільного формування цін з економічним регулюванням їх державою, що повинно забезпечити ціновий паритет між зерновиробниками, постачальниками ресурсів, переробниками, трейдерами, продавцями. У нинішній ситуації у найгіршому стані знаходиться зерновиробник, для якого витрати виробництва нестримно зростають, ціни низькі, ефективність знижується, а отже, втрачається економічний інтерес до виробництва зерна. Тобто, нинішнє регулювання зводиться до зниження цін споживачів не враховуючи потреб зерно виробників не тільки для розширеного відтворення, а й для простого. Досвід розвинених країн свідчить про розроблені механізми ціноутворення на зерно, які б не тільки захищали споживачів, а й забезпечували б певний рівень прибутковості виробникам.

Аналізуючи світовий досвід, ми підтримуємо пропозицію групи вчених ННЦ „Інститут аграрної економіки” НААН (О.Г. Шпикуляка, Ю.П. Воскобійника, Р.П. Саблука, О.В. Овсяннікова) щодо запровадження в систему державного регулювання ринку зерна інституту ціни, яка забезпечить виробнику прибуток на авансований капітал – норму прибутку – (включаючи вартість земельних ресурсів) на рівні середнього по економіці держави. Така цінова політика ведеться в деяких розвинених країнах, застосовуючи гарантовані ціни на зерно [5]. Тобто, підтримуємо запровадження

еквівалентних (гарантованих, базових) цін, які б, насамперед, слугували не для споживачів, а для зерновиробників та держави. Держава повинна компенсувати виробнику різницю між ринковою та еквівалентною ціною з метою підвищення відтворювальної здатності цін і доходів на рівні розширеного відтворення.

Враховуючи беззаперечну роль зерна у забезпеченні продовольчої безпеки країни пропонуємо гармонійно поєднувати механізм вільного ринку із методами державного регулювання на основі економічних, фінансових, юридично-правових, організаційних і соціальних заходів.

Список використаних джерел:

1. Могильний О. М. Державне регулювання аграрного виробництва в період трансформації економіки / О.М. Могильний // – К.: ІАЕ УААН, 2002. – 430 с.
2. Кирилов Ю.Є. Удосконалення державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на ринку зерна / Ю.Є.Кирилов // Матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції “Наука і освіта - 2005”. Том 92. – Економіка АПК. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. – С. 28.
3. Михайлов Ю.З. Матеріали п'ятої міжнародної конференції „Зерно Причорномор'я – 2008”: Україна напередодні значних подій / Ю.З. Михайлов // Пропозиція. - 2008.- №5. – С.46.
4. Закон України „Про зерно та ринок зерна в Україні” // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002, № 35, ст. 258) (Із змінами, внесеними згідно із Законами № 1713-IV (1713-15) від 12.05.2004, ВВР, 2004, № 33-34, ст. 403, № 2611-IV (2611-15) від 31.05.2005, ВВР, 2005, № 26, ст. 351).
5. Шпикуляк О.Г., Воскобійник Ю.П., Овсянніков О.В. Формування і розвиток ринку зерна в Україні / [Шпикуляк О.Г., Воскобійник Ю.П., Саблук Р.П., Овсянніков О.В.]. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 190 с.

УДК 339

Смоленюк П.С., к.е.н., проф.

Хмельницький економічний університет

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК РІВНІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В умовах сучасної ринкової економіки підприємство може успішно протистояти негативному впливу різноманітних факторів зовнішнього середовища, забезпечувати свій розвиток лише за наявності стійких конкурентних переваг. В період економічної кризи загальним для підприємств усіх видів виступає прагнення до стійкого розвитку, високої конкурентоспроможності і виживання в економічно нестабільних умовах.

Сьогодні поняття конкурентоспроможності є широкоживаним і одночасно багатозначним. Наявність різних підходів до поняття конкурентоспроможності зумовлена перш за все тим, що категорію і показники рівня конкурентоспроможності вивчають різні науки, і кожна з них пропонує свої визначення конкурентоспроможності, методи її оцінки і шляхи підвищення.

Сьогодні питання визначення конкурентоспроможності знаходиться в центрі уваги наукових і практичних працівників, йому присвячена значна кількість наукових досліджень і робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як Портер М., Осипов В.М., Продіус Ю.І., Стрелець О.А., та ін. Однак цілий

ряд питань у цій області досі не вирішений і потребує подальших досліджень. Як показує аналіз, виконані дослідження і розробки не завжди можуть бути ефективним інструментом при плануванні заходів щодо підвищення конкурентоспроможності.

Тлумачення терміну "конкурентоспроможність" безпосередньо пов'язане зі змістом поняття "конкуренція". У перекладі з давньолатинського даний термін означає суперництво, боротьбу за досягнення кращих результатів у будь-якій сфері діяльності. Звідси, при загальному підході до трактування поняття "конкурентоспроможність" його можна визначити як здатність у процесі суперництва досягати кращих результатів у деякій діяльності, сфері функціонування.

Поняття конкурентоспроможності інтерпретується і аналізується в залежності від економічного об'єкту який розглядається. Конкурентоспроможність - багатопланова економічна категорія, що може розглядатися на декількох рівнях:

- конкурентоспроможність країни;
- конкурентоспроможність галузі;
- конкурентоспроможність товаровиробника;
- конкурентоспроможність товару.

Між усіма цими рівнями конкурентоспроможності існує досить тісна внутрішня і зовнішня залежність і взаємозалежність. Конкурентоспроможність країни і галузева конкурентоспроможність в остаточному підсумку залежить від здатності конкретного товаровиробника випускати конкурентоздатний товар.

Якщо говорити про поняття конкурентоспроможності на макрорівні, то воно відображає позиції національної економіки у системі міжнародних відносин, головним чином в сфері міжнародної торгівлі, і одночасно її здатність зміцнювати позиції. Це найбільш важливий, але не єдиний аспект поняття конкурентоспроможності нації. Слід враховувати здатність зберігати і нарощувати темпи економічного зростання, зайнятості, реальні доходи громадян.

Конкурентоспроможність країни — це сукупність властивостей, притаманних національній економіці, які визначають здатність країни конкурувати з іншими країнами [1]. Рівень конкурентоспроможності країни визначається за різними методиками. Провідними міжнародними організаціями, які займаються ранжуванням країн за рівнем конкурентоспроможності є Світовий економічний форум (World Economic Forum) та Інститут розвитку менеджменту (The International Institute for Management Development (IMD)). Концепція здобула популярність в останні десятиліття XX ст., проте єдиного загальновизнаного визначення конкурентоспроможності країни досі не існує.

Розвиток міжнародного поділу праці привело до визначеної спеціалізації країн на світовій арені в залежності від ступеня конкурентоздатності тієї чи іншої галузі. Серед окремих галузей економіки найбільш конкурентоздатними

на світовому ринку є експортно орієнтовані галузі і галузі, що базуються на порівняно передових технологіях і високопрофесійних кадрах.

Конкурентоспроможність підприємства - здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів (з доповіді Всесвітнього економічного форуму) [2].

З моменту створення й у процесі функціонування кожен товаровиробник, промислова компанія, комерційна фірма повинні постійно вирішувати проблеми забезпечення конкурентоздатності, у тому числі міжнародної.

Міжнародна конкурентоздатність будь-якого господарського суб'єкта складається з цілого ряду конкурентних переваг, що виявляються на світовому ринку шляхом зіставлення з відповідними показниками закордонних фірм-конкурентів.

Конкурентоспроможність фірми може бути визначена як її порівняльна перевага відносно інших фірм цієї ж галузі усередині національної економіки і за її межами. Це означає, що конкурентоспроможність фірми може бути виявлена (оцінена) лише в рамках групи фірм, які належать до однієї галузі, або фірм, що випускають товари-субститути, тобто в межах стратегічної групи конкурентів.

Конкурентоспроможність товару — це здатність продукції бути привабливішою для покупця в порівнянні з іншими виробами аналогічного виду й призначення, завдяки кращій відповідності її якісних і вартісних характеристик вимогам ринку й споживчим оцінкам [3].

Ступінь конкурентоспроможності галузі, до якої відноситься підприємство, і національної економіки в цілому, впливає на рівень конкурентоспроможності підприємства. Зокрема, якщо міжнародний рівень конкурентоспроможності національної економіки і галузі є низьким, то це обов'язково негативно позначиться на рівні конкурентоспроможності підприємства. Вплив ринку на конкурентоспроможність підприємства є суттєвим лише за умови обмеження монополізму і розвитку конкуренції. Раціональна конкурентна боротьба сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Між рівнем конкурентоспроможності продукції та конкурентоспроможністю його виробника існує тісний взаємозв'язок. Конкурентоспроможність продукції є, з одного боку, необхідною умовою стійких конкурентних позицій підприємства, а з іншого – є наслідком високого рівня конкурентоспроможності самого товаровиробника.

Проблема конкурентоспроможності у сучасних умовах має велике значення. На сучасному етапі розвитку економіки України слід застосовувати світовий і практичний досвід ведення конкурентної боротьби. На жаль, на сьогодні більшість підприємств ще не здатна до ведення конкурентної боротьби. Але саме конкурентні переваги є основою успіху діяльності підприємств і виступають ключовим ресурсом розвитку. У країнах з ринковою економікою конкурентоспроможність підприємства є результатом взаємодії факторів, які породжені об'єктивним розвитком продуктивних сил і

відображають результати політики великих монополій у боротьби за якість, ринки збуту й отримання прибутку.

Можливість виживання сучасного підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Для виживання в умовах ринку суб'єкти господарювання повинні вміти перемагати конкурентів. Здатність досягати економічних, організаційних чи технічних переваг означає досягнення суб'єктами господарювання конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / Л.Л. Антонюк / Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 275 с.
2. Продиус Ю.И., Формирование системы обеспечения конкурентоспособности промышленности / Ю.И. Продиус / Монографія, Одесса, «Астро-Принт», - 1999. - 69 с.
3. Осипов В.М. Управління конкурентоспроможністю продукції металургійної галузі / В.М. Осипов / Монографія. - Одеса, МПП "Евен", - 2005. - 347 с.

СЕКЦІЯ 2. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА ТА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНЮВАННЯ, НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ, АСПЕКТИ МОДЕРНІЗАЦІЇ

УДК 338.486.4

*Балашова Р.І., к.е.н., доц.
перший проректор, професор кафедри економічних дисциплін
Донецького інституту туристичного бізнесу*

*Тканка К.В., магістрант
Донецького інституту туристичного бізнесу*

МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Відсутність системності в методології та методиці досягнення економічного розвитку завдяки підвищенню ефективності управління діяльністю туристичних підприємств, фрагментарність наявних інструментів оцінки та недостатнє врахування специфіки туристичної галузі, визначили актуальність дослідження. За умови трансформації економічних зв'язків і залежності результатів роботи туристичних підприємств від чіткості й злагодженості діяльності інших суб'єктів, проблема визначення методологічних та методичних основ економічного розвитку туристичних підприємств є своєчасною.

Для вивчення проблеми управління та його ефективності були проаналізовані праці вітчизняних вчених, таких як Г.Л. Монастирський [1], В.А. Рудьов [2], В.М. Хобта [3], та зарубіжних вчених, таких як П. Друкер [4], Ф. Котлер [5], Дж. Еванс [6].

З аналізу праць вказаних вчених слідує: значний вплив на ефективність управління здійснюють такі чинники як, участь в управлінській діяльності колективу, покращення якісного складу працівників управління, наукова організація праці та ін.; ефективність управління враховує властивість мультиплікації, яка збільшує або зменшує управлінську дію на туристичне підприємство; ефективність туристичного підприємства може бути у економічній, соціальній, організаційній формах.

Аналіз заходів, які безпосередньо не залежать від діяльності органів господарського управління різного рівня, свідчить, що вони здійснюють суттєвий вплив на ефективність діяльності туристичного підприємства. До них відносяться бюджет туриста, співвідношення цін на ринку, механізм оподаткування, мотивація праці працюючих, а також діюча система формування ефективності туристичної галузі [7]. Найкращих результатів досягають ті формування, апарат управління яких пристосовується до нових умов, використовуючи їх найбільш повно. Тому необхідно відзначити, що економічний розвиток туристичного підприємства є сукупністю економічного розвитку всіх видів його діяльності з врахуванням особливостей і зв'язків

туристичного підприємства, процесів створення туристичного продукту і його взаємодії із споживачем. На підставі цього визначення можна запропонувати дефініцію «методологія та методика економічного розвитку туристичних підприємств», як таку, що характеризується використанням засобів дослідження з формування, розвитку та управління діяльністю туристичних підприємств, і відображає методологічні та методичні засоби, які охоплюють виявлення проблем економічного розвитку туристичних підприємств і шляхів їх вирішення, визначення прогнозів і формування напрямів підвищення їх ефективності.

Досягнення економічного розвитку базується на вдосконаленні процесу формування та реалізації туристичного продукту, де істотно змінюються умови діяльності туристичного підприємства. Наприклад, до соціальних результатів належать підвищення престижності праці, технологічної дисципліни, розвиток рекреацій та їх інфраструктури, посилення відповідальності за результати своєї діяльності. Розвиток функцій якості та поєднання двох організаційних форм забезпечення діяльності туристичного підприємства – адміністративної та громадської – сприяють підвищенню професійної підготовки працівників, набуттю навиків прийняття рішень у поточних та складних ситуаціях (рис.1):



Рис.1. Система методологічних і методичних заходів економічного розвитку туристичних підприємств

З наведеної на рисунку системи заходів слідує, що економічний розвиток характеризує ступінь використання організаційних ресурсів і дає можливість оцінити результативність системи. Її можна виразити як відношення фактичних витрат, пов'язаних з діяльністю, до їх нормативної або планової величини.

Величина фактичних витрат визначається на основі даних бухгалтерського обліку та звітності. Для визначення планової величини витрат можна використовувати прогностні та експертні оцінки, нормативи. Якщо фактичні витрати не перевищують нормативної величини, можна говорити про економічну ефективність діяльності туристичного підприємства.

Поєднання показників у систему заходів, що використовуються для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств, характеризує напрями їх використання. Спільність у підходах та їх методологічне та методичне обґрунтування обумовлюються досягненням економічного розвитку туристичних підприємств, на яких планується здійснення цих заходів. Так, туристичні підприємства, одночасно з автономністю своїх цілей, підпорядковують їх вирішенню основних соціально-економічних завдань: підвищення рентабельності та продуктивності галузі, задоволення вимог споживача, врахування ринку, використання потенціалу працівників [8]. Для оцінки впливу досліджуваних заходів на економічний розвиток пропонується визначити темпи зростання основних показників діяльності туристичного підприємства, які будуть характеризувати ступінь досягнення поставлених цілей. Під впливом внутрішніх та зовнішніх чинників підприємство змушено коригувати свою діяльність. Базою для обґрунтування можливостей економічного розвитку виступають конкурентні переваги підприємства взагалі та окремих його підрозділів. Таким чином, загальна стратегія розвитку підприємства і його потенційні можливості мають тісний зв'язок.

На рівні туристичного підприємства із досягненням позитивних тенденцій у показниках пов'язані такі інноваційні заходи, як можливість участі у масштабних проектах по організації туристичного обслуговування, реорганізації та диверсифікації туристичних продуктів, інтеграції фінансових потоків, що призводять удосконалення методологічних і методичних заходів і подальшого економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Монастирський Г. Л. Теорія організації: [навч. посібник]/ Г.Л. Монастирський. – К.: Знання, 2008. – 319 с.
2. Рудьєв В. А. Менеджмент: [навч. посібник] / В.А. Рудьєв, С.О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.
3. Механізми забезпечення розвитку підприємств: еколого-економічний аспект: монографія /В.М. Хобга, У.В. Лаврик, О.Ю. Попова, О.Ю. Шилова. – Донецьк, ПП Чернецька Н.А. –2009. – 272с.
4. Друкер П. Эффективное управление / П. Друкер. Пер. с англ. М Ко-тельниковой. – М.: Астрель, 2004. – 284 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. Перевод с английского В. Б. Боброва. М., - Изд. "Прогресс", 1991.- 466 с.
6. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. Пер. с англ. – М: Сирин, 2002. - 308с.
7. Балашова Р.І. Ефективність туристичної діяльності та вдосконалення методів її оцінки / Р.І. Балашова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №3. – С. 131-137.
8. Цехла С.Ю. Особенности оценки социальной эффективности туристической деятельности / С.Ю. Цехла. – Экономика Крыма. – 2010. – № 2(31).– С. 79-82.

*Білопранич Я.П., студентка групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Система управління демонструє високу ефективність не лише тоді, коли менеджери підприємств, які приймають управлінські рішення та встановлюють форми контролю, і працівники, які беруть на себе відповідальність за виконання рішень, діють злагоджено, але й тоді, коли між рівнями управління (інституційним, управлінським та операційним) налагоджений зрозумілий і чіткий алгоритм взаємовідносин. Відсутність такого механізму між рівнями управління знижує управлінську ефективність усієї системи.

Серед українських науковців розробкою шляхів вдосконалення системи управління підприємством: Й.Ситник, Р.Задорожна, В.Павлик, В.Перебийніс, Ю.Кабаков та ін. Водночас, в науковій літературі не нагромаджено в достатній мірі результативних досліджень, тому проблематика формування ефективної системи управління підприємством потребує подальшої розробки.

Удосконалення системи управління підприємством має відбуватися за такими основними напрямками:

- удосконалення організаційної структури управління підприємством;
- оптимізація організації менеджменту і бізнес-процесів через поліпшення системи планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємства;
- удосконалення управління виробничими ресурсами і запасами;
- підвищення ефективності управління інноваційними процесами на підприємстві, поліпшення якості вироблюваної продукції.

Удосконалення організаційної структури підприємства означає насамперед необхідність встановлення оптимальної чисельності та структури управлінського апарату підприємства, а також чисельності працівників виробничих відділів та підрозділів згідно з діючими нормами, нормативами та реальними потребами підприємства з урахуванням сучасних ринкових умов тощо.

Поліпшити систему планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності підприємства можна за допомогою впровадження ефективної системи внутрішнього контролю, широкого і всебічного впровадження обчислювальної техніки, розвитку комп'ютерних мереж зв'язку, застосування сучасних програмних засобів: технологій управління та інформаційних технологій. Насамперед це стосується системи організації фінансового менеджменту, бюджетування, управління фінансовими потоками та витратами.

Одним з напрямків удосконалення системи управління є об'єктно-цільовий підхід із закінченим циклом управління при визначенні організаційної структури, нових прав і обов'язків працівників, а також міри відповідальності

за свої посадові функції керівників і фахівців різних рівнів. Цільова об'єктно-функціональна структура апарату управління дозволить компетентно, комплексно, компактно і своєчасно здійснювати процеси управління, як це і потрібно при ринковій економіці. Цільовими об'єктами управління є ресурси: матеріальні, трудові, фінансові, а також основні засоби виробництва, готова продукція та інші активи. Увесь процес управління тим чи іншим ресурсом розглядається як одне ціле, в рамках якого діють взаємозалежні інформаційні потоки, що проходять через усі функції управління (планування, облік, контроль тощо).

Функціонування зазначеної системи створює умови для підвищення культури управління, а також звільняє керівників і фахівців різних рівнів від ручної праці по збиранню і обробці інформації, скорочує строки прийняття управлінських рішень, поліпшує їх якість тощо. Отже, стратегія удосконалення системи управління повинна зосереджується на:

- цілях розвитку і порядку удосконалення комплексної системи управління підприємством і його складовими частинами для забезпечення ефективних рішень і взаємного погодження інформаційних потоків і процесів прийняття рішень, а також організаційних, кадрових і технічних рішень;
- впровадження сучасних засобів і методів керування в межах вибраної комплексної концепції системи керування (інтегроване керування автоматизованим процесом виробництва);
- удосконалення організаційних структур керування підприємством головним чином шляхом використання сучасних гнучких форм (адаптивні, програмно-цільові та інші структури);
- покращення інформаційної системи для управління підприємством з метою покращення якості інформаційного масиву і розширення можливостей його швидкого використання;
- використання засобів автоматизації і обчислювальної техніки для вдосконалення техніко-економічного рівня і якості виробництва (роботизація, гнучкі виробничі ділянки);
- використання світового досвіду, а також співпраця всередині країни з іноземними партнерами для забезпечення необхідного рівня якості розвитку системи управління на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Абдуллін Р. Нові підходи до управління підприємствами в Україні // Підприємство, господарство і право. - 2009. - № 10. - С. 216-218
2. Кабаков Ю. Напрямки удосконалювання систем управління: стандарти, методи або цілі підприємства? / Ю. Кабаков // Стандартизація. Сертифікація. Якість. - 2009. - № 2. - С. 39-42
3. Макаренко М.В. Формування механізму управління ефективним функціонуванням підприємства / М.В. Макаренко // Актуальні проблеми економіки. - 2005. - №1. - С. 126-135

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПРОМИСЛОВОГО ОБ'ЄДНАННЯ

Особливості механізму регулювання грошових потоків як на окремому підприємстві, так і в системі господарюючих суб'єктів мають істотні відмінності, які обумовлені специфікою, умовами і цілями корпоративної структури. У зв'язку з цим виникає необхідність формування механізму управління грошовими потоками, здатного обслуговувати всі сфери діяльності суб'єктів промислових об'єднань.

Фундаментальні дослідження, направлені на розгляд економічного вмісту і сутності поняття «грошовий потік», основи управління грошовими потоками, були проведені вітчизняними і зарубіжними ученими, серед яких І.А. Бланк [1], В.В. Бондарів [2], Р.Вестерфілд [3], Е.М. Сорокіна [4].

Незважаючи на актуальність завдання формування і вдосконалення фінансового управління грошовими потоками підприємства в рамках промислового об'єднання, дана область представляє не до кінця вивчену сторону економічних стосунків. Об'єктом дослідження в області фінансового механізму управління грошовими потоками, як правило, є елементи системи управління грошовими потоками окремих підприємств без урахування корпоративних особливостей їх функціонування. Метою роботи є розвиток фінансового механізму регулювання грошових потоків і обґрунтування способів оптимізації системи управління ними з врахуванням специфіки їх організаційної побудови і фінансових взаємин.

На даному етапі не існує однозначного підходу до сутності і регулювання грошових потоків суб'єктів промислових об'єднань, потреб до них і можливостей підприємств, визначення їх ролі в сучасних умовах функціонування і оцінки на них впливу внутрішніх і зовнішніх чинників. Отже, виникає необхідність вироблення механізму регулювання грошових потоків підприємства в умовах промислових об'єднань, який забезпечить фінансову стабілізацію підприємств, ефективне використання і перерозподіл фінансових ресурсів в пріоритетних напрямках розвитку об'єднання.

Враховуючи, що «рух грошових коштів - надходження і вибуття грошових коштів та їхніх еквівалентів» відповідно до ПСБ (О) №4 [5], процес діяльності промислового підприємства супроводиться рухом грошових коштів, необхідних для забезпечення виробничого процесу матеріальними ресурсами. Об'єднання підприємств та/або видів їх господарської діяльності - поєднання окремих підприємств та/або видів їх діяльності в одне підприємство з метою одержання доходів, зниження витрат або отримання економічних вигод у інший спосіб. Поєднання може відбуватися шляхом приєднання одного підприємства (його компонента) до іншого, придбання всіх чистих активів (деяких чистих активів), прийняття зобов'язань або придбання капіталу іншого підприємства з метою одержання контролю одним підприємством над чистими активами та

діяльністю іншого підприємства. Якщо об'єднання підприємств та/або видів їх господарської діяльності контролюється тією самою стороною (сторонами) до і після поєднання і цей контроль не є тимчасовим, то це не є об'єднанням підприємств та/або видів їх господарської діяльності [6].

У цих умовах управління грошовими потоками, обслуговуючими сукупність умовних фінансових стосунків господарюючого суб'єкта в економічній системі, визначає масштаби його діяльності і перспективи розвитку. В процесі функціонування грошового обігу здійснюється діяльність в різних його напрямках (рис.1).



Рис. 1. Грошові потоки як система руху фінансів промислового підприємства

Як слідує з наведеного рисунка, грошовий потік розглядається як система руху фінансів підприємств: прибуття і вибуття грошових коштів. Грошові потоки як сукупний обсяг доходів і виплат, необхідні для виконання суб'єктом функцій по розширеному виробництву, підтримки господарських зв'язків в економічному середовищі і виконання різного роду зобов'язань, направлені на вирішення поставлених завдань і досягнення результатів в області поточної, інвестиційної і фінансової сфер діяльності підприємства. Грошові потоки господарюючого суб'єкта обслуговують різні види діяльності. Управління грошовими потоками характеризують показники фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку, ритмічність здійснення операційного процесу, пропорції власних і позикових джерел фінансування, рівень фінансової незалежності, швидкість обігу грошових коштів підприємства.

Реалізація даного напрямку забезпечується за допомогою формування інструменту раціонального використання наявних ресурсів і ефективного управління матеріальними, фінансовими, грошовими потоками і створення на цій основі рентабельних конкурентних виробництв, що забезпечують

стратегічний розвиток регіону, країни і створюють передумови розширення діяльності підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках [7].

Масштаби діяльності, особливості організаційної побудови і фінансові взаємини учасників промислових об'єднань, орієнтованих на оновлення науково-технічного і економічного потенціалу і взаємодію підприємств різних форм власності, обумовлюють певний рівень саморегулювання їх діяльності, обсяги і принципи організації грошових потоків, рівень їх платоспроможності.

Суттєвим чинником, що визначає вибір стратегії є розвиток ринку, що залежить від технологічних, демографічних та інших змін зовнішнього оточення. Ринки знаходяться в постійному русі, змінюється галузева структура та потенційні конкуренти, створюючи тиск або прихильність до змін [8, с.185].

На основі викладеного матеріалу можна зробити наступні висновки: грошовим потоком є процес руху грошових коштів, обслуговуючий сукупність грошових стосунків суб'єкта як внутрішньої сфери діяльності так і з іншими учасниками ринку. Даний процес здійснюється завдяки вживанню заходів, що дозволяють досягти необхідного ефекту для функціонування системи грошових стосунків.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Учебный курс / И.А.Бланк / Киев: Ника-Центр. – Эльга, 1999. – С.351.
2. Бочаров В.В, Корпоративные финансы: учеб. пос./ В.В. Бочаров, В.Е. Леонтьев / СПб: Питер, 2002. – С.13.
3. Основы корпоративных финансов / С.Росс, Р. Вестерфилд, Б.Джордан / Пер. с англ. М.: Лаборатория базовых знаний, 2000. – С.31.
4. Сорокина Е.М. Анализ денежных потоков предприятия: учеб. пос. / Е.М. Сорокина / СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – С.35
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 4 «Звіт про рух грошових коштів»[Електронний ресурс]: [Наказ М-ва фінансів України від 31 березня. 1999 р. № 87]. – Режим доступу: <Інформ. система «Ліга-Закон»>.
6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 19 «Об'єднання підприємств» [Електронний ресурс]: [Наказ М-ва фінансів України від 7 липня. 1999 р. № 163]. – Режим доступу: <Інформ. система «Ліга-Закон»>.
7. Балашова Р.І. Формування облікової політики підприємства / Р.І. Балашова, В.М. Лехан // Менеджер. – 2001. – № 2(14). – С. 71-74.
8. Калиниченко З.Д. Стратегическое управление предприятием: учеб. пос. /З.Д. Калиниченко / Донецк.: ГВУЗ ДонНТУ», 2011. – 385с.

УДК 658.4:339

*Булавко Р.П., студентка групи 5 МО (3),
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького*

АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах переходу до ринкової економіки в країні отримала широку популярність ринкова концепція управління виробництвом і збутом названа маркетингом. Маркетинг характеризується системним підходом до

виробничо-збутової діяльності з чітко поставленим завданням: виявлення і перетворення купівельної спроможності споживача в реальний попит на певний товар і повне задоволення цього попиту, забезпечення намічених прибутків. Маркетингові дослідження повинні грати першорядну роль при відкритті нового бізнесу або посиленні позиції фірми, що існує на ринку. Потрібно знати, наскільки дорого обходяться підприємству маркетингові прорахунки. Фінансовий крах компанії на 50% обумовлений низьким рівнем ринкових досліджень і лише 7% браком фінансових ресурсів. Багато керівників вважають, що вони достатньо глибоко знають той ринок, на якому працюють, і проблеми із збутом відносять до об'єктивних, але насправді ці причини можна віднести сміливо до суб'єктивних. Досвід показує, що на більшості малих і середніх підприємствах важко отримати відповідь на питання: «Яка асортиментна політика вашого підприємства? На які сегменти ринку орієнтована реалізація Вашої продукції і так далі». В основному серйозно займаються маркетингом тільки крупні торгові фірми. Хоча я думаю, що це помилка, і в своїй курсовій роботі спробую довести і аргументувати це. Проведення досліджень - «річ» досить дорога, але ефект від правильно проведених досліджень значно більший. Одним з напрямів маркетингового дослідження є визначення асортиментної політики для торгового підприємства. У сучасних умовах ринкової економіки в нашій країні багато разів збільшився асортимент різних товарів, значна частина якого представлена продукцією недостатньо високої якості яка не відповідає сучасним світовим вимогам.

Помилки при виборі товару, незнання його властивостей, характеристик, умов зберігання, транспортування, неправильна оцінка його якості можуть обернутися для підприємця крупними втратами і збитками. Тому, майбутнім підприємцям необхідні основні уявлення про товарознавство різних груп товарів.

Ринковий успіх відтепер є головним критерієм оцінки діяльності вітчизняних підприємств, а їх ринкові можливості зумовлюються правильно розробленою і послідовно здійснюваною товарною політикою. Саме на основі вивчення ринку і перспектив його розвитку підприємство отримує початкову інформацію для вирішення питань, пов'язаних з формуванням асортименту, його управлінням і вдосконаленням.

Для вирішення завдань товарної політики на будь-якому господарському рівні необхідний стратегічний підхід. Це означає, що будь-яке рішення у вказаній області повинно ухвалюватися не тільки з погляду поточних інтересів, але і з урахуванням того, як воно «працює» на кінцеву мету. Такий підхід вимагає концентрації зусиль на головних напрямках.

Набір товарів, пропонованих підприємством-виготівником на ринку, називають асортиментом.

Номенклатура, або товарний асортимент, - це вся сукупність виробів, що випускаються підприємством.

Широкий асортимент дозволяє диверсифікувати продукцію; орієнтуватися на різні вимоги споживачів і стимулювати здійснення покупок в одному місці. Одночасно він вимагає вкладення ресурсів і знань в різні категорії продукції.

Глибокий асортимент може задовольняти потреби різних купівельних сегментів по одному товару; максимізувати використання місця в торгових крапках; перешкоджати появі конкурентів; пропонувати діапазон цін і стимулювати підтримку дилерів. Проте він також збільшує витрати на підтримку запасів, модифікацію продукції і виконання замовлень.

Асортимент продукції буквально означає підбір предметів, сукупність їх найменувань по яких-небудь ознаках. З цієї точки зору асортимент може бути простим або складним, вузьким або широким. Така класифікація передбачає виділення груп однорідній продукції або товарів за ознакою вигляду, сорти, мазкі і тому подібне. Формуються асортиментні групи, в межах яких предмети мають певну схожість. І також можна розрізнити асортимент продукції (що проводиться підприємством) і асортимент товарів (що пропонується споживачам даним продавцем).

Планування номенклатури і асортименту продукції може і повинно базуватися на знанні підприємцем потреб ринку і його стану. Таке знання досягається в результаті здійснення діяльності, що отримала назву маркетингу. Використовується безліч визначень, присвячених маркетингу в різний час і різними авторами. В сукупності всі вони, не дивлячись на різноманіття формулювань, зводяться до однієї думки - вивчення ринку, аналіз попиту, прогноз продажів, забезпечення якнайповнішого задоволення суспільних потреб. Задоволення ж, у свою чергу, досягається розробкою і виробництвом відповідних попиту, що склався, і нових товарів, налагодженням комунікацій збуту продукції, створенням служб сервісу, супроводжуючих процес використання товару.

Оптимальною асортиментною концепцією є та, яка враховує як потреби ринку, так і цілі підприємства і його ресурси.

Перед розробкою асортименту приймається ряд стратегічних рішень:

- 1) вибір стратегії розвитку товару і ринку;
- 2) вибір товарної стратегії (може бути недиференційований маркетинг, диференційований маркетинг і концентрований маркетинг);
- 3) вибір конкурентної стратегії : обробка ніші, диференціювання, лідерство у витратах, за якістю, йде за лідером, наступальні і оборонні;
- 4) вибір стратегічних зон господарювання.

Після того, як прийнято ряд стратегічних рішень, формується асортимент, який включає ряд стадій:

- маркетингове дослідження товарів і ринків, при цьому визначається місткість, кон'юнктура ринку (кількісні показники), потреби покупців, аналізуються способи використання товарів і інші особливості купівельної поведінки (якісні характеристики), дослідження власних товарів і товарів конкурентів (оцінка і порівняння);

- формування базового товарного асортименту (БТА); здійснюється:

- розглядом пропозицій про створення нових продуктів, про вдосконалення наявних, про нові сфери застосування товару;

- здійснюється вирішення питань які продукти додати в асортимент, а які виключити, і чи треба проводити диверсифікацію виробництва;

- проводиться оцінка економічних характеристик товарів, що входять в БТА, здійснюється розробка специфікацій, розрахунок собівартості, ціни, рентабельності, обсяг виробництва, трудомісткість, тривалість освоєння капітальних вкладень;

- тестування, тобто випробування продуктів з урахуванням думки споживачів;

Рейтинг кожного товару, включеного в БТА визначається шляхом ранжирування або бальної оцінки за цільовими економічними характеристиками.

Як цільові характеристики можуть виступати:

- рентабельність за собівартістю, капітальним вкладенням, заробітній платі;

- чистий прибуток, якщо відсутні джерела фінансування;

- формування і відбір переважних варіантів товарного асортименту з урахуванням рейтингу і обмежень (виробничої потужності, об'єму капітальних вкладень, чисельності працівників і так далі). Переважним варіантом товарного асортименту слід вважати номенклатурні позиції, що мають найвищий рейтинг по вибраному показнику ранжирування в умовах заданих ресурсних обмежень.

- розробка рекомендацій для виробництва відповідно до результатів тестування відносно якості, упаковки, ціни, найменування, сервісу і так далі, таким чином забезпечується зв'язок маркетингу і виробництва.

Асортимент виробів — важлива складова товарної політики. Що саме мається на увазі, коли йдеться про асортиментну політику? Це: визначення наборів товарних груп (видів, підвидів, марок); оптимальне співвідношення базових моделей та їх модифікацій; встановлення співвідношення присутності на ринку товарів, що знаходяться на різних стадіях життєвого циклу.

Серед завдань асортиментної політики: задоволення попиту та завоювання нових покупців, оптимізація фінансових результатів фірми та використання її технологічного досвіду.

Список використаних джерел:

1. Матюшевська В.Г., Дуровіч А.П. Товарна політика в маркетинговій діяльності. – Мн.: Видавництво Акад. Управління, 2007. – 442 с

УДК 338

*Вовк Н.М., студентка групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького,
Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

Проблема мотивації працівника залишається гострою в світлі необхідності постійного підвищення результативності й ефективності праці, і як наслідок – підвищення конкурентоспроможності організації на ринку. Не новим є і твердження про те, що лише персонал може допомогти організації у вирішенні

цих проблем на шляху до можливого її благополуччя. Для цього на підприємстві повинен бути сформований ефективний мотиваційний механізм, тобто система стимулів, які здатні сформувати у персоналу стійкі мотиви до праці в потрібний момент і в потрібному обсязі. Такої ж самої думки дотримується В. Коростельов. На його думку, мотивація створюється спільними зусиллями працівників і роботодавців за допомогою мотиваційного механізму [1;35-39]. В Україні можна виділити такі основні проблеми мотивації праці на підприємствах:

- неврахування індивідуальності кожної людини, внаслідок чого керівник не спроможний визначити фактори, які впливають на покращення праці працівників;

- керівники не звертають увагу на покращення морально-психологічного клімату в колективі;

- відсутність прямої залежності розміру заробітної плати і додаткових кінцевих заохочень від результатів роботи працівників підприємства;

- працівники розглядаються роботодавцем, як ресурс (нещадно експлуатуються), а не як капітал, який варто розвивати.

Таким чином, виникає об'єктивна необхідність у створенні науково обґрунтованого механізму мотивації праці персоналу підприємств, що забезпечить можливість за допомогою дієвих важелів і стимулів підвищити зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати, буде сприяти зростанню їх конкурентоспроможності, забезпечить якісне оновлення трудового менталітету персоналу.

З погляду управління персоналом, у системі якого первинним етапом є планування, прогнозування та маркетинг персоналу, стратегічна система удосконалення механізмів управління персоналом на підприємстві повинна ґрунтуватися на чотирьох основних напрямках: плануванні потреби у персоналі; управлінні оплатою праці; системі регулювання персоналу; навчанні та підвищенні кваліфікації персоналу [2]. Відтак навіть розгляд ролі мотивації праці в системі управління підприємством не звужується лише до застосування засобів стимулювання праці. Інноваційна роль мотивації безпосередньо стосується усіх підсистем управління персоналом - від планування до інформаційного забезпечення, що потребує удосконалення взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем - навчальними закладами, агенціями з найму персоналу тощо. При цьому головного значення набувають: мотивація праці у підрозділах, задіяних в системі управління персоналом; пошук шляхів щодо підвищення зацікавленості потенційних працівників у підприємстві; налагоджена взаємодія між працівниками структурних підрозділів, які зайняті виконанням функцій, що пов'язані із вдосконаленням системи управління персоналом.

Політика винагороди за працю у підприємствах повинна організовуватися таким чином, щоб свідома ініціатива працівника була спрямована на підвищення продуктивності праці, удосконалення своєї кваліфікації, надавала працівнику можливість збільшувати працею свій дохід.

Мотивуюча сила рівня оплати праці на українських підприємствах зростатиме за умов оптимізації зусиль з боку керівників, при цьому до найсприятливіших дій і заходів, які доцільно рекомендувати до впровадження, належать:

- покращення трудової дисципліни та організації праці;
- зростання обґрунтованості нормування праці;
- зміна структури засобів і витрат за допомогою запровадження режиму підвищеної економії, ресурсозберігаючих технологій на користь оплати живої праці;
- підвищення трудової кваліфікації працівників, обґрунтоване зменшення їх надлишкової чисельності;
- гнучке використання: надбавок за складність і напруженість праці, премій за економію ресурсів, інновації та раціоналізаторство; винагород за підсумками кварталу, півріччя і року;
- введення показників залежності розмірів заробітної плати від оцінки особистого внеску та ділових якостей конкретного працівника (коефіцієнтів трудової участі) тощо.

Основними нематеріальними засобами підтримання високої трудової активності є: створення сприятливих умов праці, нормального психологічного клімату, переконання, сила прикладу, моральні заохочення та ін.

Велика роль належить і внутрішній мотивації. Вона є внутрішньою рушійною силою організаційної поведінки, пов'язаної з прагненнями людини: зайняти вищу посаду, виконуючи більш відповідальну, складну роботу; користуватися авторитетом; стати неофіційним лідером; бути фахівцем своєї справи.

Поняттям, більш широким за мотивацію, є термін «захопленість працею», тобто переконання працівника у доцільності, змістовності, важливості його роботи. Висока захопленість працівників своєю діяльністю забезпечує скорочення плинності кадрів, підвищення трудової дисципліни, зростання продуктивності праці, посилення лояльності персоналу до підприємства [3;29-36].

Для забезпечення керованості мотиваційного процесу у підприємстві необхідно створити такі умови:

- проінформувати персонал про ситуацію на підприємстві, що приведе до мобілізації персоналу для продуктивної роботи, самовіддачі, а також впевненості кожного у важливості його ролі;
- змінити систему прийняття рішень радикально (концепція партисипативного управління);
- визначити цілі, що забезпечать безперервність процесу мотивації;
- стимулювати персонал матеріально;
- забезпечити вчасне та раціональне навчання персоналу;
- підтримувати відповідний морально-психологічний клімат в колективі;
- інформувати про перші успіхи, що забезпечують установлення зв'язку між докладеними зусиллями та результатами.
- потрібно мати достовірну та повну інформацію про суб'єкт управління;

- слід мати уявлення про стан і динаміку мотиваційної структури персоналу;
- доцільно здійснювати моніторинг соціально-економічних наслідків управлінських рішень з персоналу та вміти їх прогнозувати.

Звичайно, мотивація праці не є основним завданням керівництва організації. Однак, система мотивації, що орієнтована на якісне виконання роботи є саме тим інструментом, що за правильного використання призведе не лише до зростання продуктивності праці, а й до появи нових можливостей.

Отже, мотивація виступає одним із основних чинників, які безпосередньо впливають на рівень та обсяг виробництва, результативність роботи, конкурентоспроможність підприємства на ринку. Дана проблема не може себе вичерпати, оскільки з кожним днем не просто удосконалюється система мотивації праці, але й розвивається, використовуючи при цьому все нові і нові напрямки. Не можна впевнено говорити, що нові методи стимулювання діють безвідмовно і без негативних наслідків. Адже, кожна ситуація має як негативні, так і позитивні ефекти. Тому при формуванні нових, прогресивних систем мотивації будуть виникати інші питання, вирішення яких буде основою для побудови ефективної системи управління персоналом на підприємстві, забезпечення належного рівня продуктивності праці.

Список використаних джерел:

1. Каганець І. Психоінформаційні технології в менеджменті // Бізнес. - 1996. - № 29. – С. 35–39.
2. Черкасов А. В. Інноваційна роль мотивації в системі управління персоналом//<http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2008/112.pdf>
3. Ковальська К. В. Нові підходи до мотивації персоналу в стратегічному управлінні корпораціями /К. В. Ковальська, Р. В. Рак// Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. - №1. – С. 29 – 33.

УДК 337

*Вороніна Ю.В., студентка групи 3 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

РОЛЬ HR-ДИРЕКТОРА У СТРАТЕГІЧНОМУ РОЗВИТКУ КОМПАНІЇ

Далеко не всі компанії зараз можуть похвастатися тим, що здатні (і зможуть найближчим часом) залучити додаткові інвестиції або побільшати кількість клієнтів: купівельна спроможність населення падає, ринки «стискаються»... Виходить, власникам потрібно шукати інші джерела прибутку: інші види капіталу, інновації, підвищення лояльності й залучення людей.

Але щоб придумати й успішно вивести на ринок новий продукт послугу, необхідні уява, сміливість, драйв і енергія. Такому не можна навчити, не можна змусити. Але можна знайти людей, які здатні до інновацій, створити для них підходящі умови й підтримувати залучення. І це - не примха консультантів, а сувора реальність ХХІ століття: символічний і соціальний капітал створюють вільні люди в середовищі, сприяла вільному обміну ідеями й саморозвитку.

Дослідити чи насправді так коли людина зв'язує своє життя з компанією, ухвалює її цінності й уважає її досягнення власним успіхом, а також щиро транслює своє відношення в зовнішнє середовище, то соціальний капітал організації росте.

Ну, а якщо він уважається, що робота - «неминуче зло» або тимчасова перешкода на життєвому шляху, тоді не тільки зменшується соціальний капітал, але й ідуть клієнти, знижується продуктивність, падають прибутку.

Щоб вибудувати стратегію власної діяльності, Нг-Директор повинен сам стати керівником:

- розуміти, на якому етапі життєвого циклу перебуває організація;
- знати специфіку своєї галузі й ринкової ситуації в регіоні присутності бізнесу;
- розбиратися в бізнес-моделі своєї компанії;
- бачити перспективи розвитку організації й переваги її конкурентів.

Складні відбіркові інструменти знадобляться організації тоді, коли вона зрозуміє:

- як буде розбудовуватися надалі;
- які люди потрібні їй у майбутньому;
- якими конкретними здатностями, якості вони повинні мати для того, щоб вирішувати поставлені завдання.

Якщо ж результати діяльності не вимірюються й не рівняються з підсумками оцінки, то корпоративні «бюджети навчання й розвитку» фактично витрачаються на «благодійні» програми: передачу ринку коштовних ідей і нових знань через підвищення кваліфікації майбутніх працівників конкурентів. Серед експертів багато суперечок викликає питання про доцільність проведення оцінки співробітників в умовах кризи. Багато автор вважає, що оцінку можна й потрібно проводити, але змінивши її фокус. У кризовий період ключовими проблемами для айчарів стають:

- виявлення кандидатів на скорочення;
- збереження кадрового потенціалу (визначення працівників, яких слід навчити суміжним спеціальностям або новим навичкам);
- забезпечення високого залучення співробітників, що залишилися в компанії.

Найбільш зручним (і ошадливим) варіантом оцінки тепер може стати атестація, яка дозволяє розв'язати ряд важливих завдань:

- одержати інформацію, необхідну для планування й оптимізації чисельності, розвитку людських ресурсів організації.
- оцінити ефективність діючої системи відбору. при цьому слід пам'ятати, що причиною занадто великої розбіжності між вхідною оцінкою й поточної атестаційної може бути зміна пріоритетів (наприклад, шукали людей для розвитку бізнесу, а атестуємо для скорочення).
- оцінити ключові компетенції потенціал співробітників (для відновлення кадрового резерву).

- одержати об'єктивні підстави для розробки/перегляду системи винагороди.

- виявити потребу в навчанні й розвитку, надати допомогу співробітникам у кар'єрному плануванні.

Крім «прямих» завдань, за допомогою атестаційних заходів можна виконувати й функції мотивації комунікації - пояснювати працівникам, що від них очікується на робочому місці й стимулювати ініціативу й трудовий ентузіазм тех. для кого значимі похвали й осудження керівництва.

При проведенні оцінки наші менеджери часто роблять помилку - починають використовувати єдину систему оцінки для розв'язку всіх або більшої частини перерахованих вище завдань

Людина - самий складний з доступних бізнесу активів, менеджерам необхідно правильно інтерпретувати його поведінку. У пошуках потрібної інформації вони іноді ухвалюють розв'язок обмежитися тестуванням (особливо це характерно для айчаров, що одержали психологічний утвір). Головне лихо тут одна: прагнучи застосувати те, що знають і вміють самі, менеджери оцінюють різні характеристики людини (від особистісних рис до життєвих стратегій) у відповідності зі своєю ерудицією знаннями навичками, але не з погляду потреб бізнесу.

УДК 338

*Галіба Ю.С., студентка групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах переорієнтації підприємств до потреб ринку найважливішим питанням є формування політики збуту відносно зміни вимог споживачів та високого рівня конкуренції. Економічні показники збутової політики впливають на процес функціонування підприємства в цілому, а їх аналіз дозволяє виявити проблеми, що виникають у його діяльності. Для усунення цих проблем необхідним є використання стратегічно спрямованого комплексу заходів щодо формування збутової політики, а також застосовування сучасних моделей і методів удосконалення етапів організації, планування та контролю за збутовою діяльністю підприємства.

При постійно мінливих економічних умовах на ринку збуту, підприємству необхідно також використовувати у своїй практичній діяльності нові моделі та методи по формуванню збутової політики, що забезпечить своєчасне реагування на зміни дій як споживачів, посередників, так і конкурентів.

Слід відзначити, що існують різні засоби підвищення ефективності збутової діяльності. Наприклад, вибір тих або інших засобів стимулювання збуту залежить від поставлених цілей. Їх можна об'єднати в три великі групи:

- пропозиція ціни (продаж за пониженими цінами, пільгові купони, талони, що дають право на знижку);
- пропозиція в натуральній формі (премія, зразок товару);

- активна пропозиція (конкурси покупців, гра, лотерея).

Але, на наш погляд, ефективність збутової діяльності, перш за все, визначається можливістю збутового апарату забезпечити максимальне використання потенціалу підприємства. Останнє визначається як можливість використання виробничих, трудових, фінансових та інших ресурсів підприємства. Сукупність цих активів підприємства само по собі не забезпечить конкурентних переваг та стійке положення на ринку. Лише перехід до активного збуту на принципах маркетингу дозволяє перетворити потенціальні можливості підприємства в реальні досягнення конкурентоспроможності.

З цією метою, на наш погляд слід здійснити наступні кроки. По-перше, провести аналіз ефективності існуючої стратегії збуту. З цією метою проаналізувати ефективність використання існуючих збутових мереж (використання різних комплексів збуту – прямі зв'язки, гуртова та роздрібна торгівля, біржовий та аукціонний продаж).

Аналіз потрібно виконувати для кожного виду продукції, в тому числі на основі визначення прямих витрат на організацію збуту, в тому числі в розрізі постійних та змінних витрат.

Треба здійснити аналіз ефективності існуючої організаційної структури, яка відповідає за збутову діяльність. Треба перетворити збутову діяльність в невід'ємну частину єдиної маркетингової політики підприємства, також виявити порушення взаємодії служби збуту з іншими структурними підрозділами підприємства.

По-друге, на основі виявлення сильних та слабких сторін збутової діяльності треба розробити стратегічні рішення, спрямовані на створення більш ефективної збутової політики.

Це можуть бути наступні кроки:

- диверсифікація споживачів продукції (визначення сегментів ринку, вибір регіонів продажу).

- створення механізму особистої зацікавленості робітників збутового апарату за прибутковість підприємства, та залучення нових клієнтів. Забезпечити перехід від пасивного до активного збуту.

- забезпечити зростання частки грошових форм розрахунків по угодам з урахуванням фінансових та комерційних ризиків.

- налагодження тісної взаємодії з відповідними підрозділами органів виконавчої влади всіх рівнів які здійснюють закупівлі за державний кошт.

- навчання робітників збутових служб нових прийомів та методів збуту, засвоєння ефективних інструментів, інформаційних та організаційно – технічних засобів.

- створення ефективної системи зворотного зв'язку з споживачами, механізму розгляду та вирішення проблем, пов'язаних з претензіями останніх.

- посилення контролю за діяльністю дистриб'юторів та дилерів. Не допустити повну залежність від покупців, появу ексклюзивних посередників які мають виключні права на придбання всієї продукції. В зв'язку з цим мати кілька посередників по всім видам товарів.

- для підприємств промислового ринку треба переходити від співробітництва з незалежними посередниками до прямого розподілу продукції. При цьому ціни виробника повинні бути нижче цін посередників, а умови поставки – кращі.

Впровадження цих мір дозволить українським виробникам успішно інтегруватися в ринкове середовище.

По третє, треба розробити програму управління клієнтським активом (стратегічними клієнтами). Стратегічний клієнт – це позначена кількість клієнтів, на яких приходить бюджетовизначаюча частка доходу (прибутку підприємства). Розробкою цієї програми повинен займатися не відділ збуту, а спеціально створена структурна група, яка повинна включати осіб, які представляють усі управлінські ланки та підрозділи підприємства.

Список використаних джерел:

1. Іванова Л. Особливості маркетингових комунікацій на ринку послуг // Маркетинг в Україні. - 2007. - № 6 (46). - С. 8.
2. Комяков О.О. Основні напрямки вдосконалення збутової політики підприємств// Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2011.-№ 8. – С.15-19.
3. Головіна Н.В. Стимулювання збуту: теорія, практика і перспективи //Маркетинг в Україні. – 2003. - № 2.

УДК 336

*Голубятникова А.В., студентка групи 5 МО
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах поглиблення ринкових реформ в економіці України особливого значення набувають питання забезпечення життєдіяльності підприємств. Процес одержання грошових надходжень і здійснення грошових виплат (формування вхідних і вихідних грошових потоків) є передумовою безперервного та стабільного функціонування підприємства [2, с. 83].

Грошовий потік є сукупністю розподілених в часі надходжень і виплат грошових коштів та їх еквівалентів, які створюються в процесі його діяльності. Активно управляючи грошовими потоками, можна забезпечити більш раціональне і економне використання фінансових ресурсів, знизити залежність розвитку підприємства від позичених засобів і тим самим підвищити його фінансову стійкість, прискорити оборотність капіталу [1].

Проблеми сутності та управління грошовими потоками у сучасній економічній літературі відображені у наукових роботах таких відчизняних та зарубіжних економістів, як Є. Брігхмен, Е. Нікхбахт, Т.Райс, Р.Б. Тянь, А. Кінг, Бочаров, Павлова, українських вчених, – Бланк, Кірейцев, Пушкар, Терещенко та інших економістів. Тому можна однозначно стверджувати, що питання управління грошовими потоками підприємства є особливо актуальним [2, с. 83].

Грошовий потік представляється як комплексна категорія із власною структурною характеристикою, яка включає в себе сукупність окремих складових елементів: причина формування грошового потоку, форма

узгодження грошового потоку, напрямок руху грошових коштів, кількісна оцінка грошового потоку [1].

Ефективне управління грошовими потоками забезпечує фінансова рівновага підприємства в процесі його стратегічного розвитку. Темпи цього розвитку, фінансова стійкість підприємства значною мірою визначаються тим, наскільки різні види потоків коштів синхронізовані між собою по обсягах і в часі. Високий рівень такої синхронізації забезпечує істотне прискорення реалізації стратегічних цілей розвитку підприємства. Рациональне формування грошових потоків сприяє підвищенню ритмічності здійснення операційного процесу підприємства. Будь-який збій у здійсненні платежів негативно позначається на формуванні виробничих запасів сировини і матеріалів, рівні продуктивності праці, реалізації готової продукції і т.п. У той же час ефективно організовані грошові потоки підприємства, підвищуючи ритмічність здійснення операційного процесу, забезпечують ріст обсягу виробництва та реалізації продукції.

Ефективне керування грошовими потоками дозволяє скоротити потреби підприємства в позиковому капіталі. Активно управляючи грошовими потоками, можна забезпечити більш раціональне й ощадливе використання власних фінансових ресурсів, сформованих із внутрішніх джерел, знизити залежність темпів розвитку підприємства від залучення кредитів. Особливу актуальність цей аспект управління грошовими потоками набуває для підприємств, що знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу, доступ яких до зовнішніх джерел фінансування досить обмежений.

Управління грошовими потоками є важливим фінансовим важелем забезпечення прискорення обороту капіталу підприємства. Цьому сприяє скорочення тривалості виробничого і фінансового циклів, що досягається в процесі результативного управління грошовими потоками, а також зниження потреби в капіталі, що обслуговує господарську діяльність підприємства. Прискорюючи за рахунок ефективного управління грошовими потоками оборот капіталу, підприємство забезпечує ріст суми генерованого у часі прибутку.

Ефективне управління грошовими потоками забезпечує зниження ризику неплатоспроможності підприємства. Навіть у підприємств, що успішно здійснюють господарську діяльність і генерують достатню суму прибутку, неплатоспроможність може виникати як наслідок незбалансованості різних видів грошових потоків у часі. Синхронізація надходження і виплат коштів, що досягається в процесі управління грошовими потоками підприємства, дозволяє усунути цей фактор виникнення його неплатоспроможності [3].

Основними цілями оптимізації грошових потоків підприємства є: забезпечення збалансованості обсягів грошових потоків, забезпечення синхронності формування грошових потоків у часі, забезпечення росту чистого грошового потоку підприємства. Найважливішою передумовою здійснення оптимізації грошових потоків є вивчення факторів, що впливають на їхні обсяги і характер формування в часі. Система основних факторів, що впливають на формування грошових потоків підприємства можна виділити наступні: життєвий цикл підприємства, тривалість операційного циклу,

сезонність роботи, амортизаційна політика підприємства, кон'юктура фінансового та товарного ринків, система оподаткування та кредитування підприємств. Процес управління грошовими потоками підприємства послідовно охоплює наступні основні етапи (рис. 1):

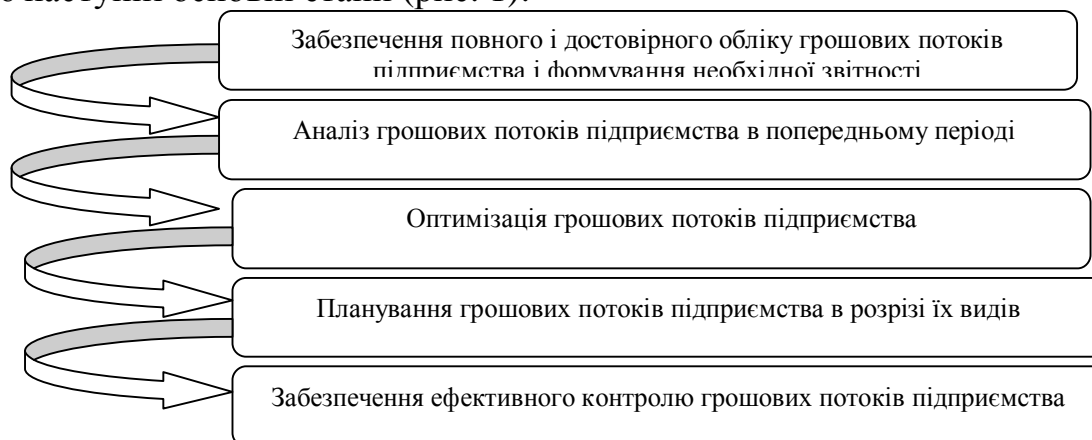


Рис. 1. Основні етапи управління грошовими потоками підприємства [1].

Процес управління грошовими потоками підприємства базується на визначених принципах, основними з яких є: принцип інформативної вірогідності, принцип забезпечення збалансованості, принцип забезпечення ефективності, принцип забезпечення ліквідності. З урахуванням розглянутих принципів організується конкретний процес управління грошовими потоками підприємства.

Підвищення суми чистого грошового потоку підприємства може бути забезпечене за рахунок здійснення наступних основних заходів: зниження суми постійних витрат; зниження рівня змінних витрат; здійснення ефективної податкової політики, що забезпечує зниження рівня сумарних податкових виплат; здійснення ефективної цінової політики, що забезпечує підвищення рівня прибутковості операційної діяльності; використання методу прискореної амортизації основних засобів; скорочення періоду амортизації використовуваних підприємством нематеріальних активів; продажу невикористовуваних видів основних засобів і нематеріальних активів; посилення претензійної роботи з метою повного і своєчасного стягнення штрафних санкцій [2, с. 84].

Отже, ефективне управління грошовими потоками підприємства сприяє підвищенню ритмічності здійснення операційного процесу підприємства, забезпечує ріст обсягу виробництва та реалізації продукції, раціональне й ощадливе використання власних фінансових ресурсів, сформованих із внутрішніх джерел, зниження залежності темпів розвитку підприємства від залучення кредитів, забезпечує зниження ризику неплатоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Лігоненко Л.О., Ситник Г.В. Управління грошовими потоками: Навч. посіб. К.: нац. торг.-екон. ун - т., 2005 – 255с.
2. Маказан Є. В. Формування грошових потоків сучасних підприємств // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – №10. – С.83 – 84.

3. Фінансовий менеджмент: Навчальний посібник / За ред. проф. Кірейцев Г.Г. Видання третє, перероблене і доповнене. – Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. – с.531.

УДК 336

*Гой О.А., студент групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Обмін інформацією всередині організації, а також між організацією та зовнішнім середовищем забезпечують комунікативні процеси.

Комунікація — це обмін інформацією, внаслідок якого керівник одержує необхідну для прийняття ефективних рішень інформацію і доводить їх до підлеглих теж у формі інформації [5, с.354].

Основна ціль комунікаційного процесу - забезпечити розуміння інформації, яка є предметом обміну. Здійснення комунікацій - це зв'язуючий процес, необхідний для кожного управлінського дійства. Організація комунікацій сприяє, з однієї сторони, підвищенню продуктивності праці, а з іншої - досягненню задоволеності в групі від взаємодії. Якщо комунікації налагоджені погано, рішення можуть бути помилковими, персонал може неправильно розуміти керівні команди, міжособистісні стосунки можуть деформуватися.

Керівники обмінюються інформацією для реалізації своєї ролі в міжособистісних стосунках, у процесі прийняття управлінських рішень, а також для виконання функцій планування, організації, мотивації та контролю.

Для ефективного функціонування будь-якої організації необхідно забезпечити належні комунікації.

На шляху ефективних комунікацій на всіх етапах діяльності підприємства існує безліч бар'єрів як міжособового характеру (індивідуальне сприйняття та інтерпретація змісту повідомлення; обмеженість інформаційної ємності сприйняття (короткочасної пам'яті); невміння слухати іншу людину тощо), так і різного роду організаційні, технічні і т.п. перешкоди (спотворення змісту повідомлення, інформаційне перевантаження існуючої системи комунікацій тощо), і відповідно різного ступеня складності для подолання.

Відповідно для мінімізації впливу чи подолання кожного із зазначених бар'єрів існують певні заходи, застосування яких має бути комплексним, враховувати особливості всіх учасників даного процесу комунікації, мати в основі принцип зворотного зв'язку (зокрема, при подоланні особистісних перешкод).

Шляхи подолання організаційних комунікаційних бар'єрів [2, с.102]:

- пояснювати свої ідеї до того, як почнете їх висловлювати (передавати іншим людям);
- бути сприйнятливими до можливих семантичних проблем;

- стежити за виразом свого обличчя, жестами, позою, інтонаціями;
- висловлювати відкритість і готовність розуміти;
- домагатися встановлення зворотного зв'язку, використовуючи певні прийоми (задавати питання; просити співрозмовника переказати ваші думки; оцінювати мову поз, жестів й інтонацій співрозмовника, які можуть вказувати на замішання і нерозуміння; контролювати перші результати роботи; завжди бути готовим відповісти на питання);
- необхідно подавати інформацію у формі, яка викликатиме позитивні емоції й інтерес;
- формувати позитивний клімат, який тримався б на відкритості й довірі;
- уникати вузькопрофесійного жаргону, набувати культури мовлення.

Одним із шляхів подолання ряду зазначених бар'єрів також є дотримання принципів формування системи внутрішніх комунікацій на підприємстві [4, с.134]:

1. Системності – передбачає організування системи комунікацій як комплекс взаємозв'язаних елементів, що утворюють систему й її подальшу консолідацію із системами вищого порядку.
2. Стандартизації – передбачає упорядкування та регламентацію організування системи комунікацій підприємства.
3. Планування – базується на планах здійснення загальної комунікаційної політики.
4. Вимірювання та оцінок – функціонування системи комунікацій, її організування та стан повинні постійно вимірюватися та оцінюватися.
5. Зобов'язаності й політики – полягає в обов'язковому формуванні та здійсненні підприємством власної комунікаційної політики.
6. Комплексної автоматизації – передбачає автоматизування таких процесів: збору та обробки інформації із внутрішніх та зовнішніх джерел; оцінювання ефективності діяльності комунікаційної системи підприємства.
7. Спеціалізації – використання як інструменти комунікації спеціалізовані інформаційні системи.
8. Доступності – системи комунікацій підприємства повинна бути організована таким чином, щоб всі задіяні у процесі комунікацій особи мали вільний доступ до інформації.
9. Розвитку та удосконалення – передбачає постійне удосконалення системи комунікацій та відстеження рівнів найбільш ефективно працюючих підсистем та підрозділів; впровадження нових технологій.
10. Неперервності – раціональне організування процесів функціонування системи комунікацій.

Для підвищення ефективності комунікацій необхідне [1, с.225]:

1 Регулювання інформаційних потоків. На всіх рівнях управління необхідно чітко знати сформульовані кількісно і якісно інформаційні потреби керівників та фахівців. Цілеспрямовані управлінські дії. Вдосконаленню комунікативних процесів сприяють зустрічі з колективом, на яких обговорюються вдосконалення інформаційного обміну, регулярні оперативні наради.

2 Побудова систем зворотного зв'язку та збору пропозицій. Систему зворотного зв'язку утворюють відрядження працівників центрального апарату у територіально віддалені структурні підрозділи організації; опитування працівників, які мають на меті з'ясувати, наскільки зрозуміло доводять до працівників цілі їх діяльності, які проблеми існують і які, ймовірно, можуть виникнути, наскільки вони забезпечені необхідною для роботи інформацією, чи відкриті їх керівники для пропозицій тощо.

Для полегшення руху інформації знизу вгору розробляють також системи збору пропозицій, які дають змогу кожному працівнику генерувати ідеї стосовно діяльності організації. З цією метою використовують спеціальні скриньки для пропозицій, однак це не гарантує впевненості, що вони розглянуті. Необхідно, щоб усі в організації знали, що автори пропозицій, які принесли реальну користь, будуть відповідно простимульовані.

Нерідко практикують «гарячі телефонні лінії», якими можуть скористатися працівники, ставлячи запитання або вносячи пропозиції. Організація може видавати бюлетень із запитаннями й відповідями на них керівників.

Удосконаленню зворотного зв'язку сприяє робота групи керівників і рядових працівників, які обговорюють питання, що становлять взаємний інтерес (наприклад, гуртки якості) [29, с.369].

Видання інформаційних бюлетенів. У щомісячних бюлетенях розміщують статті з оглядами пропозицій щодо управління організацією, охорони праці й здоров'я працівників, оцінювання і стимулювання праці, випуску нової продукції чи надання нового виду послуг, відповіді на запитання працівників тощо.

Застосування сучасних інформаційних технологій. Досягнення у сфері інформаційних технологій динамізують і прагматизують обмін інформацією в організаціях. Створення інтранет-мереж (внутрішніх) дає змогу через електронну пошту посилати письмові повідомлення будь-якому працівникові в організації. Це знижує потребу в телефонному зв'язку. За допомогою сучасної комп'ютерної техніки в системі телекомунікаційних мереж можна проводити відеоконференції, обговорювати проблеми в режимі візуального контакту.

Таким чином, для підвищення ефективності комунікацій необхідно чітко пояснювати повідомлення, демонструвати розуміння, відвертість у розмові, стежити за своєю поведінкою та реакцією співрозмовника; координувати інформаційні потоки в організації, спрощувати схеми обміну інформацією, звертати увагу на інтонацію повідомлення та однозначність його інтерпретації, використовувати сучасні технології для точнішого і швидшого обміну даними, комплексно застосовувати різні засоби урахуванням наявності різних аспектів сприйняття цільовими групами. Але, перш за все, для ефективної побудови системи комунікацій в її основу має бути покладений принцип зворотного зв'язку Тільки тоді буде досягнута основна мета застосування формування за рахунок підвищення рівня лояльності та вмотивованості персоналу здорової корпоративної культури, яка підтримує стратегію розвитку бізнесу та допомагає досягти мети підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бондар А.В. Информация и коммуникации в управлении предприятием // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. - №3. – С. 219-227.
2. Логунова М. Значення політичних комунікацій у здійсненні державного управління // Персонал. – 2007. - №11-12. – С. 96-103.
3. Морозова Н.А. Управление коммуникациями в организации // Весник ВГУ. – 2010. - №2. – С. 173-181.
4. Сагер Л.Ю. Аналіз теоретичних основ внутрішніх комунікацій як необхідної умови ефективного управління підприємством // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. - №1. – С. 128-136.
5. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.

УДК 659.1.01

*Железняк О.В., студентка групи 5 МО (3),
Черкаського національного університету ім. Б.Хмельницького*
*Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*
СУТЬ ТА ФУНКЦІЇ РЕКЛАМНИХ АГЕНТСТВ

В умовах ринкової економіки діяльність підприємств - рекламодавців пов'язана з проблемою створення, розробки і розміщення реклами в засобах реклами, для того, щоб знайти покупців для своїх товарів або послуг. У таких умовах найбільше успішним шляхом діяльності рекламодавців, різних організаційно-правових форм господарювання є розвиток рекламних агентств. Розвиток рекламних агентств є дуже ефективною справою. Рекламні агентства дозволяють Україні виходити на європейський ринок реклами і рекламного бізнесу. Чим більше розвивається рекламних агентств у країні, тим більше її престиж на світових ринках реклами, серед інших набагато потужних рекламних організацій.

Ефективність рекламних агентств для держави полягає в тому, що дозволяє вітчизняним виробникам реклами залучати інвестиції з інших країн, тим самим сприяє розвитку держави. Розвиваючи рекламні агентства, рекламодавець виконує ряд задач:

- підвищується платоспроможність; розвиток рекламодавців;
- задоволення потреб споживачів і підняття їхнього життєвого рівня;
- зміцнення бізнесу рекламодавця, зберігання і розширення робочих місць.

Реклама — складне мистецтво, тому нею займаються професіонали, які можуть виконувати свою роботу на високому (з огляду на світові вимоги) рівні. В рекламній індустрії сконцентровані найкращі генератори рекламних ідей, талановиті розробники рекламних текстів, художники-дизайнери з комп'ютерної графіки й анімації, менеджери-організатори рекламної діяльності, фотографи, ілюстратори, відеоінженери та бізнесмени.

У конкуренції з вітчизняними й закордонними рекламними фірмами виграє те рекламне агентство, яке має у своєму розпорядженні справді творчих працівників, а не слухняних і посередніх виконавців. Успіх рекламних агентств у Росії зумовлений максимальним врахуванням зарубіжного досвіду. Головною концепцією діяльності більшості рекламних агентств у Росії є "теорія команди":

- Рекламне агентство — це команда, усі члени якої мають чітке уявлення про мету і завдання спільної діяльності.
- Зусилля кожної людини відомі всім іншим і їхні функціональні обов'язки розподілені згідно з творчими можливостями кожного члена команди.
- Організаційна структура команди відповідає цілям роботи.
- Команда замислюється над методами роботи і намагається їх вдосконалити.
- Команда підтримує своїх членів і створює тісні взаємні стосунки.
- Стосунки в команді відкриті і вона готова подолати перешкоди й труднощі на шляху до ефективної роботи [1, с. 33].

Секрет успіху рекламних агентств у розвинених країнах — залучення до роботи людей, знання, досвід і творчі можливості яких забезпечують вирішення відповідних завдань.

Рекламні агентства помітно відрізняються за розміром: від фірми з одним робітником до значної організації, що має в штабі більш 2 тис. чоловік. Всі агентства зайняті плануванням, підготуванням і розміщенням реклами. Проте асортимент і ступінь ґрунтовності наданих клієнтам послуг істотно відрізняються. Оскільки основний об'єм ділових операцій сконцентрований у руках великих агентств, так званих агентств із повним циклом послуг. Розглянемо детальність їх особливості роботи.

Головна функція таких агентств полягає у створенні реклами. Це їхня спеціалізація, передумова їхнього існування. Функції планування полягають у вивченні споживачів, товару і ринку, у розробці творчої стратегії і стратегії використання носія реклами, в упорядкуванні кошторису витрат. У функції підготування входять написання тексту, художнє оформлення оголошень і їхніх виробництв. Функції розміщення містять у собі підготування контрактів на покупку часу і місця в засобах поширення реклами, надання носіям реклами належною уявою підготовлених оголошень, перевірку і посвідчення факту виходу реклами у світ, перевірку фінансових розрахунків, виставляння рахунків клієнтам і оплату рахунків носіїв реклами.

Клієнт жадає від агентства плану реклами і маркетингу по виведенню на ринок нового товару. Дії агентства в цьому випадку полягають у наступному:

1. Проведення вивчення споживачів, щоб визначити сильні і слабкі сторони товару в умовах домашнього користування.
2. Проведення дослідження ринку, щоб з'ясувати коло оптимальних потенційних споживачів.
3. Розробка стратегії маркетингу і бюджет.
4. Пошук назви товару і створення системи його упакування.
5. Розробка творчого задуму і проведе його попередній іспит.
6. Розробка плану використання носіїв реклами, що забезпечує найбільше ефективне охоплення цільових ринків.
7. Розробка плану уявлення товару сфері торгівлі.

8. Розробка форми відбитка творчого задуму в матеріалах, використовуваних у сфері стимулювання збуту і при організації реклами в місцях продажі.

9. Розробка плану пропагандистських заходів для витягу вигоди з новизни товару.

10. Розробка плану стимулювання зацікавленості серед співробітників сфери збуту.

У ефективному комплексному плані всі ці елементи роблять взаємний вплив один на одного, і про прогрес, досягнутому на однім із ділянок, необхідно повідомляти співробітників, що працюють на інших. Основна відповідальність за організацію такої комунікації і координації зусиль лежить на рекламному агентстві.

Аналогічні функції виконує агентство і при розробці плану для вже укоріненої марки незалежно від того, є при цьому необхідність у новій стратегії або немає. Цикл планування для кожної марки звичайно складає один рік. Починається цей цикл з аналізу показників марки, вивчення її положення в порівнянні з марками конкурентів, дослідження використання марки споживачами і з'ясування її місця в рамках товарної категорії, а також розробки стратегії і тактики дій на такий рік. Вирішив одну серію проблем, приступає до роботи над інший.

Оскільки агентство з повним циклом послуг напевно пропонує своїм клієнтам послуги не тільки в області реклами, але й у сфері організації суспільної думки, у сфері заходів щодо стимулювання збуту, адресованих споживачам і робітникам торгівлі, у сфері стимулювання діяльності торгівлі, у підготуванні комерційної літератури і підготуванню торгових нарад, діапазон його фахового досвіду явно охоплює всю сферу комунікацій. Подібну фірму цілком доречно назвати «агентством комунікацій».

Пропонуючи ті самі послуги, багато агентств, значно відрізняються один від одного стилем своєї роботи. З метою задати настрій власним робітникам і відокремити себе в очах клієнтів, деякі агентства роблять заяви про основні принципи, якими вони керуються у своїй діяльності. Наприклад, агентство «Бентон энд Боулс» пише: «У нас є тверда точка зору на те, як найкраще створювати рекламу. Ми переконані, що шлях до успішної реклами лежить через єдність думки. Ми створюємо кожен компанію, кожне оголошення, кожний рекламний ролик на основі єдиної ідеї. Ми трансформуємо творчу стратегію у форму однієї простої актуальної ідеї, що хочемо донести до цільової аудиторії» [2, с. 47].

Гарна реклама повинна бути розрахована, орієнтована на споживача. Основна функція рекламного агентства складається в забезпеченні виконання цієї задачі. Усе, що агентство робить для свого клієнта, націлено на створення ефективною реклами. Рекламне агентство є виразником безсторонньої думки про виконання рекламодавцем комунікації з перспективним споживанням його товару. Агентство повинно прямо або побічно сприяти виконанню творчих робіт (тобто створенню кінцевого продукту рекламної функції), розрахованих на конкретного споживача рекламних повідомлень. Відмінна риса кожного

агентства складається у творчих можливостях його службовців і у властивому йому розумінні філософії реклами.

Список використаних джерел:

1. Григорьев А. Свобода слова / А. Григорьев // Индустрия рекламы. –2008. –№6 – С. 32-36.
2. Лук'янець Т.І. Рекламний менеджмент: Навч. посібник. – 2-ге вид., доп. – К.: КНЕУ, 2009. – 440 с.

УДК 658.811

*Корчан О.М., студентка групи 5 МО (3),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В сучасних умовах, коли підсилення пріоритету інтересів споживачів в системі економічних відносин породжує агресивну конкуренцію за ринки збуту, однією з найважливіших передумов ефективного функціонування підприємств на цільовому ринку стає забезпечення конкурентних переваг в сфері збутової діяльності. Збут є завершальною стадією всієї виробничо-комерційної діяльності підприємств і виконує одну з найважливіших функцій, що забезпечує маркетингову орієнтацію підприємств – функцію зворотнього зв'язку. Тому розробка заходів щодо удосконалення системи збуту, що буде спрямована, передусім, на збільшення обсягу збуту при повному задоволенні потреб споживачів є надто актуальним.

Збутова діяльність – це цілісний процес, що охоплює планування обсягу реалізації товарів з урахуванням рівня прибутку, що намічається; пошук і вибір найкращого партнера – постачальника (покупця); проведення торгів, включаючи встановлення ціни, відповідній якості товару і інтенсивності попиту; виявлення і активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції і збільшити прибуток від реалізації.

Оскільки, головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то збутовій діяльності потрібно приділяти більшу увагу. На кожному виробничому підприємстві повинна бути добре організована служба маркетингу, яка займається пошуками шляхів просування своєї продукції на ринок.

Значення збуту можна побачити, розглянувши основні функції, які він виконує. До таких функцій належать: формування стратегії збуту фірми; вибір каналу збуту для системи; формування і оброблення масиву інформації, що відображає потреби та пріоритети споживачів; формування партій товарів у відповідності з потребами споживачів; упакування товару у відповідності до вимог ринку; складування товару перед транспортуванням і необхідне дороблення товару на складах; організація транспортування продукції; допомога всім посередникам в організації ефективного продажу товарів; управління запасами товарів в межах фірми та її філіалів; збір, систематизація

та оброблення думок кінцевих і проміжних споживачів про продукцію фірми та саму фірму.

Збутова політика – це сукупність взаємозв'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу. Головна мета збутової діяльності підприємства, з інших джерел, полягає в реалізації економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів.

Розробка збутової політики підприємства повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи. Причому цей аналіз доцільно здійснювати не лише за кількісними показниками, але й за якісними: рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу.

Проблеми збуту підприємствам необхідно вирішувати під час розробки маркетингової політики. Саме на цьому етапі слід прийняти рішення стосовно вибору ринків збуту, методів збуту і його стимулювання. Розробка збутової політики підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту.

Розробка збутової політики підприємства повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи. Причому цей аналіз доцільно здійснювати не лише за кількісними показниками, але й за якісними: рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу тощо.

Збут у системі маркетингу має велике значення, оскільки забезпечує зворотний зв'язок з ринком, надає підприємству інформацію про динаміку та структуру попиту, про зміни у потребах і перевагах покупців. Розробка збутової політики є невід'ємною частиною програми маркетингу підприємства.

Організація збутової мережі залежить від каналів реалізації, від об'ємів діяльності торгових посередників, типу товару. Знаючи глибинні потреби власних продавців продукції (безпека свого положення, відчуття своєї приналежності до підприємства, пошана до себе, прагнення до самореалізації) підприємство не стане постійно стимулювати свої структурні підрозділи, відповідальні за збут. Стимулювання повинне застосовуватися у виняткових випадках і мати чітко поставлені цілі. Тільки таким чином можна мобілізувати зусилля збувальників протягом короткого відрізка часу.

Стимулювання збуту – різні види маркетингової діяльності, що на визначений час збільшують вихідну цінність товару чи послуги та прямо стимулюють купівельну активність споживачів, роботу дистриб'юторів і торгового персоналу. Стимулювання збуту містить у собі заходи: 1) мерчандайзинг – оформлення місця продажу; 2) упакування, етикетку, ярлик; 3) покупку з подарунком; 4) покупку зі знижкою за купонами; 5) фірмові сувеніри; 6) змагання, ігри, розиграші, лотереї, конкурси, вікторини; 7)

демонстрацію товару; 8) дегустацію товару; 9) семплінг – пропозицію зразків товару та ін. Стимулювання збуту використовується у випадках, якщо потрібно: збільшити обсяг продажу в короткостроковому періоді; підтримати прихильність покупця до визначеної марки, фірми; вивести на ринок новинку; підтримати інші інструменти просування.

Перевагами стимулювання збуту є: можливість особистого контакту з потенційними покупцями; великий вибір засобів стимулювання збуту; покупець може одержати щось коштовне й більший обсяг інформації про фірму; можливість збільшення ймовірності імпульсної покупки.

Вирішення завдань стимулювання збуту досягається за допомогою різноманітних засобів. Вибір форми стимулювання збуту залежить насамперед від: цілей й завдань компанії із стимулювання збуту товарів фірми; товарів; типу ринку; від того, що використовують конкуренти в заходах щодо стимулювання збуту; рентабельності кожного із засобів стимулювання збуту; фантазії співробітників фірми чи рекламних агентів. Після проведення подібних заходів попит на цю продукцію деякий час підвищений, а потім повертається у вихідний стан. Але іноді це правило порушується, наприклад, у випадку, якщо споживачу запропоновано безліч варіантів використання товару.

Стимулювання збуту доповнює інші відомі методи просування товару, використовує різноманітні засоби активізованого впливу, здатні прискорити чи посилити відповідну реакцію ринку. Об'єктом уваги можуть бути покупці, посередники і торговий персонал фірми. Залежно від адресатів стимулювання продажу, визначають цілі та засоби стимулювання, які зображені в табл. 1.1.

На покупця найбільше впливають через пропозиції щодо повернення грошей, зміну упаковки, через конкурси лотерей, преміальний продаж, знижки, кредити, купони, залікові талони, демонстрації, розповсюдження зразків.

До методів стимулювання збуту вдаються здебільшого у випадках, коли:

- ринку пропонується товар – новинка;
- продаж здійснюється переважно методом самообслуговування, або посылкової торгівлі;
- на ринку панує чиста конкуренція;
- товар переходить до стадій зрілості.

Результативність стимулювання збуту визначається насамперед рівнем обґрунтованості плану стимулювання, особливо розміру стимулу (що він суттєвіший, то більший ефект), умовами участі, тривалістю кампанії зі стимулювання збуту, а також бюджетом на стимулювання збуту.

Отже, заходи щодо стимулювання збуту можуть проводитися як самою фірмою, так і рекламними компаніями, що спеціалізуються в цій сфері, які мають досвід, необхідних кваліфікованих фахівців, банк торгового персоналу. Звертання до таких компаній має сенс, бо: заходи щодо стимулювання збуту є неповторюваними збутовими зусиллями, тобто проводяться час від часу; агентства швидше приймуть правильне рішення, ніж сама фірма, тобто ефект від стимулювання збуту буде вище.

Список використаних джерел:

1. Протопопенко Г.О. Проблеми планування збутової діяльності промислових підприємств / Г.О. Протопопенко // Науковий вісник. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Одеса: ОДЕУ, 2006. – № 6 (26). – С. 162–169.

УДК 658.336

*Коваленко І.В., студентка групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛУ ШЛЯХОМ СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМАНДИ

Трансформаційні процеси, які відбуваються сьогодні в українському суспільстві, вимагають впровадження нових підходів до процесу управління підприємствами. Одним із таких підходів є командний принцип організації управлінської діяльності працівників.

Необхідність розробки та впровадження командного принципу в управлінні обумовлена такими обставинами:

а) складністю стратегічних завдань, які стоять перед працівниками транспортної галузі сьогодні і які потребують об'єднання усіх зусиль для досягнення поставленої мети;

б) динамічністю та оперативністю завдань, що обумовлює необхідність створення різноманітних тимчасових цільових груп;

в) підвищенням ролі мотиваційного аспекту професійної діяльності працівників, їх потребою бути причетними до визначення стратегічних та тактичних основ діяльності організації та ін.

На сьогоднішній день питання про те, якою повинна бути ефективна команда, є дискусійним. Здавалося б, ефективність командної діяльності не викликає сумнівів: більшість завдань, що встають перед людьми, вимагають колективних зусиль, командна робота гарно позначається на результаті і на індивідуальній ефективності. Робота в командах ефективна і доцільна переважно для вирішення складних завдань, в ситуаціях, коли присутня невизначеність і множинність варіантів рішення, коли необхідна висока самовіддача, коли потрібний широкий діапазон компетентності, коли організація віддає перевагу результатам командної роботи для розробки перспективної стратегії.

Не дивлячись на актуальність проблеми побудови ефективної управлінської команди, існування практичних заходів і різноманітних тренінгових програм, питання технології створення ефективної команди залишається відкритим. Обмеженнями підходів і методів командопобудови є: складність, підвищені вимоги до складу учасників команди (рольова структура, наявність або відсутність лідера), сам процес формування команди вимагає значних тимчасових ресурсів, складність узгодження особистих цілей

учасників команди і мети організації, недостатня скоординованість взаємодії декількох команд в середині організації.

У контексті бізнесу поняття "команда" іноді розуміється невірно. Було б надто необачно називати командою звичайну групу співробітників і сподіватися на високу результативність їхньої діяльності. Коли в рамках організації діє справжня команда, ефективна і згуртована, цього не можна не помітити. А з іншого боку, відсутність такої без проблем розпізнає будь-який досвідчений лідер. Чому ж так важлива команда?

Створення команди - це робота, а не гра. Єдиною найважливішою характеристикою ефективної команди є глибока зацікавленість кожного в досягненні спільної мети та спільних завданнях. Без цього жодна команда не досягне високого рівня продуктивності і не буде в змозі підтримувати його.

Управлінська команда повинна бути динамічною, для членів команди стає важливим не тільки емоційне об'єднання і досягнення результату в рамках рішення управлінських задач, але і уміння швидко реагувати на зміни, що відбуваються в організації. Принципом роботи управлінської команди повинні стати не емоційне об'єднання і командний дух, а командна робота фахівців для досягнення мети організації в рамках певного управлінського завдання. Дуже важливо пам'ятати, що управлінська команда створюється короткотерміново, оскільки у разі досягнення цілей сенсу існування управлінської команди не має.

Команда визначається як група людей, зацікавлених у досягненні спільної мети. Щоб працювати ефективно, в команді не повинно бути більше десяти осіб. Але вісім вважається оптимальною кількістю. Якщо в команді понад десяти учасників, вона має тенденцію до поділу на підгрупи. Одним з ключових елементів ефективної команди є почуття взаємозалежності - один за всіх, і всі за одного, - і чим більше група, тим більш віддаленим стає це почуття.

Лідерство грає важливу роль у високопродуктивних командах, але воно набуває інший аспект в тому плані, що має тенденцію до розподілу обов'язків серед членів команди. Люди цінують наявність чітких вказівок у своїй діяльності і потребують когось, хто б виявляв ініціативу і створював стимул при постановці цілей, але разом з тим вони також хочуть бути частиною процесу. Мета і завдання, які нав'язуються, рідко залучають глибоку зацікавленість. Стиль лідерства, який вважається найефективнішим для створення високопродуктивних команд, - це комбінація трьох основних чинників: прояву ініціативи і демонстрація прикладу, заохочення працівників висловлювати свої ідеї та пропозиції, а також делегування обов'язків, тобто впевненість у розподілі обов'язків, а не у втручанні в їхні справи.

Іншою характерною рисою високопродуктивних команд є здатність стимулювати і підтримувати членів команди проявляти гнучкість у своїх ролях та обов'язках. Команди з низькою продуктивністю завжди створюють ситуації, в яких трапляються накладки і невідповідності.

Команди з високою продуктивністю мають чітке уявлення про ролі кожного члена команди, навіть коли вони проявляють гнучкість і змінюються. Жорстке визначення ролей притупляє здатність людини набувати нових навичок і обмежує здатність команди виконувати вимоги змінюються ситуацій.

Нечітке визначення ролі часто призводить до проблеми конфлікту ролей, коли дві людини не можуть розподілити, хто за що відповідає.

Ефективні лідери команд захищають своїх людей. Вони беруть на себе взаємини команди із зовнішнім світом, і цього чекають від них як члени команди, так і треті особи. Така поведінка захищає команду від багатьох прохань, вимог, тиску і роздратування, яким піддаються робочі команди.

Команда створюється при умовах коли працівник:

- має додаткові кваліфікації та досвід;
- всі її члени зацікавлені в досягненні спільних цілей і завдань;
- згодна працювати за чіткими правилами;
- довіряють один одному робити все можливе, щоб допомогти іншим членам команди;
- приймає взаємну відповідальність за результати: «Якщо тебе спіткала невдача, вона осягає і мене, і всіх нас».

Створення управлінської команди не завжди є доцільним через ряд причин, зокрема:

- специфічність технічних аспектів діяльності підприємства;
- неготовність працівників до прийняття відповідальності;
- управління командою займає багато часу, це може дозволити тільки підприємство, яке має стабільність на ринку;
- відсутність необхідних знань та досвіду у топ – менеджерів;
- неадекватна реакція керівництва і персоналу щодо створення управлінської команди
- (працівники не готові до співпраці у команді) і ін.

Ефективні лідери бізнесу завжди мислять про свої функції через призму поняття "ми", а не "я". Генерал Джордж Паттон (George Patton) в минулому дуже образно і точно окреслив поняття команди, порівнявши її з армією: "Армія – це команда. Вона живе, їсть і спить, як команда. У ній немає "я", є тільки "ми", - пишуть у журналі Entrepreneur.

Коли команда досягає успіху – кожен її учасник заслуговує на визнання. І так само, коли команді не вдається дійти до цілі – відповідальний за це кожен її учасник. Тому люди, які працюють в рамках однієї компанії, повинні розуміти, що виживання та успішність бізнесу залежить від них аж ніяк не меншою мірою, ніж від топ-менеджерів.

Список використаних джерел:

1. Робин Стюарт-Котце Результативность. Секреты эффективного поведения : "Баланс Бизнес Букс", — 2008. – 205 с.
2. Мурашко М.І. Менеджмент персоналу: Навчально-практичний посібник. – К.: Т-во "Знання", КОО, 2009. – 311 с.
3. Брюс Шенфельд «Как содать команду победителей» [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.entrepreneur.com/>

*Курдун І.Г., студент групи 5 МО (3)
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького
Куценко М.О., ст. викладач кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ПОЗИЦІЙ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Логістика володіє активним інтегруючим потенціалом, здатним зв'язати воєдино і поліпшити взаємодія між такими базовими функціональними сферами підприємства, як постачання, виробництво, маркетинг, дистриб'юція, організація продажів. Логістичний менеджмент на підприємстві являє собою сукупність засобів і норм керування процесом руху товарів на стадіях закупівля-виробництво-збут для досягнення цілей і задач логістичної системи і підтримки системної стійкості підприємства на ринку.

Збут готової продукції – найважливіша складова частина логістичної діяльності підприємства. Однією з головних задач підприємства в умовах ринку є забезпечення ефективності збуту. Для досягнення цього, промислове підприємство, насамперед, повинне досліджувати ринок, визначити структуру попиту і пристосувати до нього свій асортимент продукції, вибрати найбільш ефективні канали збуту і руху товарів. Постійне планування асортименту і вибір раціональних каналів збуту для підприємства об'єктивно необхідним, оскільки кінцевою метою їх є готовність забезпечити необхідний покупцями асортимент товарів у потрібний час, у потрібному місці і хорошого якості.

Ринок зміщає підприємницькі акценти, а разом з ними і витрати товаровиробників із проблем суцього виробничо-технічного характеру на проблеми збуту.

Тенденції, що характеризують збутову діяльність українських промислових підприємств залежать від багатьох факторів. До таких факторів відносяться: характер виробництва, стан матеріально-технічної бази підприємства, властивості вироблених товарів і рівень їхньої якості, забезпеченість кадрами, що займаються реалізацією продукції, ринковий рейтинг і розташування споживачів до продукції, конкурентна обстановка на ринках, де підприємство здійснює свою збутову діяльність.

Аналіз динаміки реалізації продукції більшості українських підприємств дозволяє зробити висновок, що в даний час відбувається значне падіння обсягів реалізації продукції. Це обумовлене низкою причин. По-перше, розривом господарських зв'язків з колишніми республіками. По-друге, введення власної національної валюти ускладнили розрахунки між підприємствами інших республік. По-третє, знос застарілого устаткування, зниження якості виробленої продукції.

Організація збуту на досліджуваних підприємствах у даний час зв'язана з безліччю труднощів, на рішення яких спрямовані зусилля фахівців цих підприємств. Сама головна з них – неплатоспроможність партнерів, наслідком якої є неритмічне забезпечення вихідними матеріальними ресурсами. Це у свою

чергу утрудняє нарощування обсягів випуску продукції, зміну асортименту знижує попит на вироблену продукцію.

Уся розмаїтість збутових функцій підприємства важко перелічувати. Крім того, необхідно враховувати особливості їхньої реалізації кожним товаровиробником, що багато в чому визначається такими факторами, як: номенклатура і масштаби виробництва; кількість і географія споживачів; чисельність і інтенсивність каналів руху товарів; імідж товаровиробника і його торговельної мережі і т.д.

Удосконалювання збутової системи підприємств залежить від особливостей процесу руху товарів. Як показують дослідження, спектр існуючих шляхів реалізації продукції досить широкий.

Дослідження показують, що підприємства використовують, як прямі канали збуту, так і не прямі. Розвиток посередницьких зв'язків стає усе більш активним, і наявність оптової ланки в складі каналів стає необхідною умовою реалізації. Для більшості українських підприємств існують визначені передумови розвитку цього каналу збуту, і не тільки по товарах народного споживання. Зроблена продукція повинна бути вчасно доставлена споживачеві.

Аналіз збутової діяльності показав, що існуюча форма організації збуту продукції має ряд недоліків, що відбивають на якості планування і виробництва (його ритмічності, завантаженню потужностей і т.д.), породжують поява запасів, що у свою чергу негативно позначається на ряді фінансових показників.

Крім того, реалізація продукції відбувається нерівномірно і нерегулярно, велика кількість споживачів не є постійними клієнтами, що несприятливо позначається на формуванні виробничого плану і прогнозуванні обсягу продажів.

Однієї з найбільш актуальних проблем для досліджуваних підприємств є раціоналізація збутової системи, що є однією з ключових умов подолання кризових явищ. При цьому, як показує аналіз, маркетингові і логістичні інструменти стають усе більш актуального і доцільними для рішення таких задач.

З огляду на збутові можливості досліджуваних підприємств у рамках проведеного дослідження можливо розробити організаційні процедури реалізації зробленої продукції. Для рішення даної задачі можливо використовувати методи організаційного моделювання. Така органіграма дозволить спланувати дії по збуту, визначити головних виконавців і відповідальних, стежити за виконанням і вносити необхідні зміни в систему збуту.

Така процедура організаційного механізму збутової діяльності дозволить упорядкувати взаємодії всіх стадій проходження товарів на підприємстві: керівництва, планування, виробництва, збуту і складування. Одночасно з цим проводиться систематизація товарних потоків і інформації з функцій збуту, що є найважливішим при застосуванні логістичних підходів.

Теоретичне моделювання організаційного механізму процесів реалізації в системі логістичного менеджменту може стати першим, стартовим кроком до оптимізації збутової діяльності на підприємстві.[12,с.496]

Також можливо застосовувати логістичне моделюванні збуту на основі теорії масового обслуговування. Будь-яка логістична модель збуту може бути представлена як різновид системи масового обслуговування. З усього різновиду даних систем наведемо тільки дві: модель без втрат; модель із втратами, які найкраще підходять до збутової діяльності підприємств-посередників.

Логістична модель збуту без втрат описує найпростіші, зазвичай дволанкові канали розподілу, де існують безпосередні відносини між продавцем та покупцем, а кількість покупців обмежена, або з причини специфічного характеру продукту, або з причини об'єктивної вузькості ринку (чи його сегменту).

Найпростішу логістичну модель без втрат представлено на рис. 1.

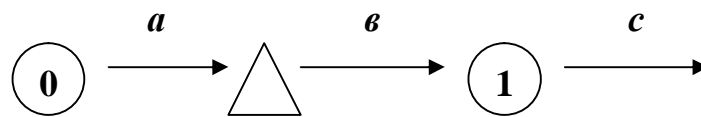


Рис. 1 Схема логістичної моделі збуту без втрат: \circ джерело замовлень (споживчого попиту); a – величина замовлень (попиту); Δ – накопичувач (портфель замовлень); b – прийняті до виконання замовлення (асортиментне завантаження потужностей); 1 – служба збуту; c – потік виконаних замовлень.

Збут готової продукції - найважливіша складова частина логістичної діяльності підприємства. Однієї з головних завдань підприємства в умовах ринку є забезпечення ефективності збуту. Для досягнення цього, промислове підприємство, насамперед, повинне досліджувати ринок, визначити структуру попиту й пристосувати до нього свій асортимент продукції, вибрати найбільш ефективні канали збуту й руху товарів.

Логістика має активний інтегруючий потенціал, здатний зв'язати воедино й поліпшити взаємодію між такими базовими функціональними сферами підприємства, як постачання, виробництво, маркетинг, дистрибуція, організація продажу. Логістичний менеджмент на підприємстві являє собою сукупність засобів і форм керування процесом руху товарів на стадіях закупівля-виробництво-збут для досягнення цілей і завдань логістичної системи й підтримки системної стійкості підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Кальченко А.Г. Логістика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. –284 с.
2. Мощенская Е. В. Коммуникационный аспект коммерческо-сбытовой деятельности предприятия // Донецкий национальный университет – 2003г.
3. Плахута А.А. Управление сбытовой деятельностью предприятия в условиях проектирования системы логистического менеджмента // Вісник національного університету “Львівська політехніка”. – 2003. - № 472. – С. 236-243.

*Кузькіна Л.І., студентка групи 6 МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

РОЗРОБКА ТА ОБҐРУНТУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Однією із умов подолання економічної кризи та підвищення ефективності виробництва є розробка, обґрунтування, прийняття та реалізація раціональних управлінських рішень. Впровадження раціональних рішень сприяє скороченню витрат виробництва, попередженню негативних наслідків господарювання, зберігаючи при цьому можливість отримання найкращих результатів діяльності та максимального прибутку.

На сучасному етапі розвитку економіки України певна кількість сільськогосподарських підприємств залишається збитковими. Такий стан пояснюється недоліками в системі управління та регулювання економічними і господарськими процесами в АПК, недостатньою обґрунтованістю управлінських рішень, які приймаються керівниками різних рівнів щодо ведення організаційно-виробничої діяльності підприємств і організацій.

Для вирішення проблем сільськогосподарського виробництва необхідно мати управлінців, які досконало володіють інтелектуально-прикладним досвідом для впровадження сучасних інтегрованих технологій розробки та прийняття раціональних рішень і можуть здійснювати ефективне керівництво в різних економічних умовах.

Управлінське рішення – це вибір однієї з можливих альтернатив в процесі досягнення поставленої мети. Суб'єктом будь-якого рішення є людина. В залежності від цього на їх прийняття впливає три типи факторів: звичайні економічні фактори, політичні та особисті інтереси діючого суб'єкту. Управлінські рішення повинні враховувати вплив цих факторів і відповідати вимогам, які забезпечують досягнення мети, передбаченої рішенням.

Управлінські рішення відрізняються великою різноманітністю і можуть бути класифіковані за різними ознаками: за об'єктом і суб'єктом управління, соціальним значенням цілей і завдань, що в них містяться, часовим критерієм, ступенем інформативності про середовище і параметри системи, яка управляється, характером та змістом рішення, обов'язковістю виконання, наявністю кількісних і не кількісних характеристик, в залежності від стадії процесу управління, на якій приймається рішення тощо.

В теорії прийняття рішень можна виділити три основні концептуальні підходи: концепція математичного вибору рішень (нормативний підхід), якісно-предметна концепція (дискрептивний підхід) та комплексна концепція управлінських рішень. Суть концепції математичного вибору рішень полягає у тому, що із усього процесу прийняття рішень розглядається тільки етап вибору рішень, який ототожнюється з усім процесом. Основна увага в цій концепції приділяється розробці математичних методів, моделей і алгоритмів вибору

рішень, але неформальні процедури, пов'язані з постановкою задачі, формуванням цілей, обмежень, варіантів рішень і оцінкою їх переваг, в ній не розглядаються.

Якісно-предметна концепція характеризується якісним підходом до прийняття рішень і технології виконання процедур. Основним в цій концепції є прагнення всебічно описати процес прийняття рішень з розглядом усіх його аспектів, але без використання математичних методів.

Комплексна концепція управлінських рішень характеризується максимальним урахуванням всіх факторів, а також раціональним використанням логічного мислення та інтуїції суб'єкта управління, математичних методів й обчислювальних засобів при формуванні і виборі рішень. Важливою особливістю даного підходу є застосування сучасних методів обчислення з використанням якісних даних. За допомогою цих методів якісні міркування суб'єкта управління можуть піддаватися кількісному аналізу. Розглянута концепція по суті є спробою поєднати раціональні положення двох попередніх підходів. Саме ця концепція управлінських рішень покладена в основу дисертаційного дослідження.

Прийняття рішень являє собою процес, який починається з виникнення проблемної ситуації і завершується вибором рішення – дії для подолання проблемної ситуації. Загальний процес розробки управлінського рішення включає такі етапи: 1) аналіз ситуації; 2) виявлення і формулювання проблеми; 3) групування проблем за їх характером і терміновістю; 4) визначення і формулювання фактів; 5) вибір альтернатив, виявлення їх переваг і недоліків; 6) оцінка варіантів рішення та кінцевий його вибір; 7) реалізація рішення; 8) контроль за виконанням розробленого рішення.

Для того, щоб розробити й обґрунтувати раціональне рішення, треба застосовувати такі методи, які б давали можливість передбачити майбутню ситуацію, яка складеться у виробництві після прийняття та реалізації того чи іншого рішення.

Методи, що використовуються для прийняття рішень, можна об'єднати у три групи: 1) методи, що ґрунтуються на якісному аналізі явищ; 2) методи, що поєднують якісний аналіз і кількісні оцінки; 3) розрахункові методи.

При детальнішому розгляді цих методів їх можна класифікувати на економіко-математичні або методи математичного програмування, методи імітаційного моделювання, методи стохастичного моделювання, статистичні методи, методи прогнозування, методи масового обслуговування, методи теорії ігор, евристичні методи та методи системного аналізу.

Застосування кожного окремого методу для прийняття того чи іншого рішення залежить від ситуації та умов, в яких відбувається його розробка. В умовах визначеності використовуються методи математичного програмування, методи прогнозування та статистичні методи; в умовах ризику та невизначеності – методи стохастичного моделювання; а також комбіновані методи - імітаційне моделювання, системний аналіз та евристичні методи, які можна застосовувати в різних умовах.

Слід зауважити, що за допомогою одного методу не можна розробити обґрунтоване рішення, так як один метод не може врахувати всі фактори впливу на процес прийняття рішення. Доцільно використовувати комбінацію відповідних методів, які б давали можливість не тільки розробити й оцінити рішення, а й прорахувати майбутній стан виробничо-господарської діяльності, який складеться після прийняття та реалізації того чи іншого рішення.

В сучасних умовах важливу роль відіграє якість та ефективність управлінських рішень. Існує велика кількість методів та критеріїв оцінки цих ознак. Використання того чи іншого критерію залежить, як і у випадку використання методів для розробки рішень, від умов, в яких здійснюється оцінка рішення. В умовах визначеності доцільно застосовувати принцип Парето, в умовах ризику та невизначеності краще використовувати спрощену форму методів стохастичного програмування - мінімаксні критерії та похідні від них.

Якість та ефективність є головними критеріями оцінки управлінських рішень. Розробка та реалізація саме якісних й ефективних рішень є запорукою подальшого успішного функціонування того чи іншого підприємства.

Ринкові умови вимагають ведення ефективного господарювання та рентабельного виробництва. Головним критерієм оцінки ефективності виробництва є його прибутковість. Тому першочерговим завданням керівників всіх рівнів є розробка та реалізація управлінських рішень, які б спрямовували підприємство на досягнення максимального прибутку з мінімальними витратами і з обов'язковим дотриманням технології сільськогосподарського виробництва. Сучасні умови вимагають нового підходу до процесу прийняття управлінських рішень. В процесі дисертаційного дослідження зроблені наступні висновки:

Технологія прийняття управлінських рішень в умовах переходу до ринку передбачає розробку раціональних рішень, основною перевагою яких є їх багатогранність, тобто вони не накладають жорстких обмежень на перебіг виробничо-господарської діяльності підприємств і допускають різні підходи і варіанти ведення виробництва. Здійснено удосконалення процесу прийняття рішень на основі використання сучасних інформаційних технологій та відповідних методів обґрунтування і оцінки рішення.

Список використаних джерел:

1. Лазоренко Л.В. Роль раціональних управлінських рішень у підвищенні ефективності сільськогосподарського виробництва в сучасних умовах / Л.В. Лазоренко // Науковий вісник Національного аграрного університету. – К: НАУ, 2009. - № 14. – С. 182 - 187.

*Лагода Ю.П., студентка групи 6 МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ТОРГІВЕЛЬНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДХОДУ

Інтенсивне формування ринку, динамічний характер конкурентного середовища характеризує сучасний етап розвитку економіки України, а входження її до світової торгівельного простору вимагає докорінної зміни підходів до управління такими суб'єктами ринкових відносин, як підприємства та обумовлює необхідність проведення ґрунтовних досліджень у всіх сферах народного господарства, зокрема і в торгівлі.

Формування конкурентного економічного середовища, в якому функціонує підприємство, обумовлює необхідність прискореної адаптації його функціонально-структурної організації до сучасних вимог конкретних суб'єктів ринкових відносин, з якими пов'язана діяльність підприємства, що забезпечується впровадженням ефективної системи управління та створенням гнучкого організаційного механізму інноваційного спрямування.

Поглиблення ринкових процесів в економіці України визначає необхідність інноваційного підходу до впровадження інновацій, де інновація є кінцевим результатом багатоаспектної і взаємоузгодженої діяльності низки різних організацій (наукових, виробничих, транспортних, торговельних та ін.) у вигляді новітніх конкурентоспроможних технологій (у тому числі й управлінських) та багатоаспектного нового продукту чи послуг, які приводять до кардинальних змін і перехідних процесів, у результаті яких циклічний розвиток суб'єктів господарювання та суспільства в цілому набуває нової якості. Тому, інноваційна діяльність повинна бути взаємоузгодженню діяльністю всіх учасників господарських відносин з метою виконання довгострокових програм науково-технічного розвитку, яка спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок, випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів чи послуг, викликає перехід у розвитку підприємства у нову якість і сприяє еволюції споживача, підприємства та суспільства в цілому.

Реалізація на практиці принципів інноваційного підходу вимагає орієнтації торговельних підприємств на оптимізацію інноваційного потенціалу підприємства, який є системою ресурсів і можливостей підприємства, які мають системний і комплексний характер, що створює умови для перехідних процесів не тільки окремих підрозділів, але і всього підприємства як системи на принципово новий, якісний рівень розвитку в життєвому циклі. При цьому система управління підприємством повинна бути відкритою до впровадження інновацій, забезпечувати постійне навчання персоналу і саморозвиток на всіх рівнях взаємозв'язків з навколишнім середовищем та етапах життєвого циклу і

мати на меті забезпечення високих темпів інноваційного розвитку, що потребує і відповідного механізму управління.

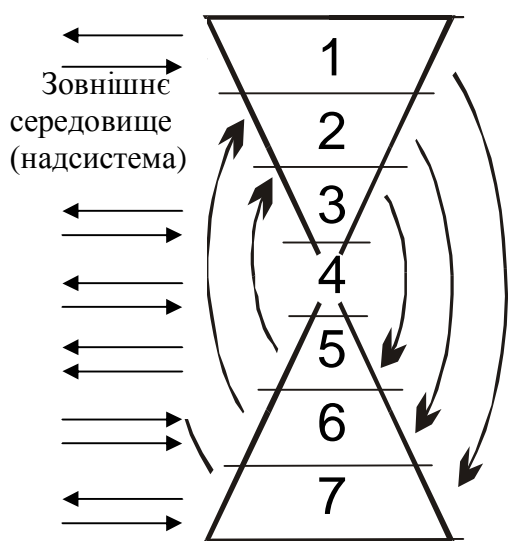
Сучасні тенденції розвитку торговельних підприємств потребують інноваційного механізму системи управління, як цілісної системи основних елементів, які регулюють процес поетапного управління інноваційною діяльністю для досягнення поставленої мети, зокрема це: елементи державного нормативно-правового регулювання діяльності; ринкові механізми цієї діяльності; внутрішні механізми регулювання окремих аспектів управлінської інноваційної діяльності; система конкретних методів та засобів її здійснення; технологія; принципи та взаємопов'язані засоби їх реалізації; персонал, матеріальні, фінансові, інформаційні ресурси; організаційна культура. Інноваційний механізм управління підприємством повинен враховувати циклічні та системні перетворення системи управління відповідно до змін фаз життєвого циклу підприємства із урахуванням комплексу системних закономірностей розвитку та принципів управління інноваційним потенціалом.

Таким чином, інноваційний підхід у менеджменті торговельних підприємств дає змогу проникати в сутність закономірностей їх циклічного розвитку та фазових перехідних процесів у нову якість, за рахунок поетапного впровадження інновацій вибирати шлях ефективного розвитку, на основі причинно-системного прогнозування забезпечувати постійне і комплексне спрямування інноваційного розвитку підприємства з багаторівневими взаємно узгодженими динамічними зв'язками у кожній фазі його життєвого циклу. На підставі аналізу й узагальнення основних концепцій інноваційного розвитку підприємств виявлено вплив діалектичних законів та закономірностей на еволюцію систем, у тому числі підприємств, що визначає відповідність: структури підприємства та стратегії його розвитку; стратегії розвитку підприємства стратегії розвитку суспільства; відповідність новітніх технологій продажу менталітету споживача; вибір шляху розвитку (інтенсивного чи екстенсивного).

З огляду на вищенаведене, обґрунтовано методичні підходи до аналізу соціально-економічних систем як систем складної природи та механізм міжсистемних причинно-наслідкових взаємодій, що визначає не тільки взаємозв'язки із однорівневими системами (партнерами), але й відповідні багаторівневі прямі та зворотні зв'язки із керованими підсистемами та надсистемою (зовнішнім середовищем) (рис.1).

Ґрунтуючись на тому, що система управління торговельним підприємством на засадах інноваційного підходу з одного боку, є суб'єктом управління в системі підприємства, а з іншого – об'єктом удосконалення управління інноваційним розвитком із поглибленням як внутрішніх, так і зовнішніх (міжгалузевих) інтеграційних процесів, є необхідність застосування механізму активізації інноваційних процесів, які здійснюються безпосередньо на торговельному підприємстві та зорієнтовані не лише на горизонтальні інтеграційні міжгалузеві процеси (проектант та виробник продукції – транспортна організація – торговельне підприємство – покупець), а й на вертикальні, із урахуванням ефективних прямих та зворотних причинно-

наслідкових зв'язків у системі управління, тобто коли активно працюють інноваційні центри, групи, гуртки якості, які забезпечують здійснення поетапного переходу від ідеї можливого нововведення до її реалізації на підприємстві та дифузії його у надсистему (зовнішнє середовище).



- 1 – рівень причини формування підприємства як системи відповідно до мети її інноваційного розвитку у зовнішньому середовищі (надсистемі);
- 2 – рівень формування ієрархії взаємозв'язків підсистем підприємства відповідно до його місії;
- 3 – рівень формування системи управління для інноваційного розвитку впродовж життєвого циклу;
- 4 – рівень перехідний, тобто повної узгодженості у розвитку керованих підсистем та керуючої системи;
- 5 – рівень наслідку в управлінні функціональністю підсистем у часі (циклі);
- 6 – рівень наслідку у розвитку синергетичних взаємозв'язків між підсистемами;
- 7 – рівень наслідку у структуризації підсистем підприємства у просторі їх розвитку (системі).

Рис. 1. Органіграма системи управління підприємством торгівлі із урахуванням багаторівневих причинно-наслідкових зв'язків з її внутрішнім та зовнішнім середовищем

Таким чином, зростання конкуренції у галузі торгівлі стимулює прискорення інноваційного розвитку вітчизняних підприємств, але йому перешкоджають: недосконалість законодавчої бази країни (особливо податкової її частини); недостатній платоспроможний попит споживачів; дефіцит обігових коштів; застаріле обладнання; слабкість системи підготовки кваліфікованих кадрів, що потребує інноваційного підходу до вибору шляхів ефективного розвитку на основі причинно-системного прогнозування, забезпечення комплексного інноваційного розвитку підприємства на кожній із фаз його життєвого циклу.

Список використаних джерел:

1. Ціпурінда В.С. Інноваційна модель розвитку підприємства як первинної ланки економіки / Володимир Степанович Ціпурінда // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 1. – С. 73–74.

*Луговська І.І., студентка групи 3 МО,
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ КАПІТАЛОМ В ГЛОБАЛЬНІЙ КОМПАНІЇ

В умовах ринку особливо важливо управління людськими ресурсами та їх активною діяльністю. Сьогодні зростання інтелектуального капіталу організацій, підприємств і фірм розглядається як головний чинник ефективності, підвищення значення і ролі персоналу в досягненні корпоративної стратегічної мети, створенні нових організаційних структур і систем управління, формування інноваційної і технологічної культури.

Основною метою даної статті є ознайомлення читачів з глобальною програмою «Амбіції SG 2015», яка впроваджується як на рівні всієї Групи, так і в підрозділах Société Générale в Росії.

Основними завданнями є:

- розгляд причин високих трудозатрат на реалізацію рутинних функцій HR-фахівців;
- вивчення переваг впровадження єдиної корпоративної платформи та використання ефективних допоміжних ІТ-інструментів в управлінні;
- дослідити корпоративну HRIS-архітектуру;
- ознайомлення з системою Brahms;
- вивчення відомостей про компанію Société Générale.

Група Société Générale - одна з найбільших фінансових груп у зоні євро. Заснована в 1864 році, штаб-квартира знаходиться в Парижі. Представлена в 83 країнах світу, працює у трьох основних бізнес-сегментах: Банківські послуги для приватних клієнтів і спеціалізовані фінансові послуги, управління активами та послуги для інвесторів; обслуговування корпоративних клієнтів та інвестиційно-банківські послуги. Займає 13-е місце в світовому рейтингу журналу The Banker. У Росії Société Générale представлена банками: ВАТ АКБ «Росбанк» (65,7% акцій); ЗАТ «Банк Сосьєті Женераль Схід» (100%); ТОВ «Русфинанс банк» (100%); Delta-Credit (100%). Чисельність персоналу Групи - 161 тис. співробітників, з них у Франції - 44 тис., у країнах ЄС - близько 7 тис., в Росії - близько 30 тис. Осіб.

Нещодавно Група Société Générale представила глобальну програму «Амбіції SG 2015», в якій позначені основні напрямки її розвитку: зміцнення позицій банків Групи в Росії; підвищення операційної ефективності; розвиток клієнтоорієнтованого підходу; розвиток персоналу.

В трансформації HR-функції головне - переорієнтація діяльності HR-фахівців на ті напрямки, які створюють найбільшу додану вартість для бізнесу: індивідуалізацію управління та розвиток персоналу.

Управляти людськими ресурсами в єдиній структурі набагато простіше, ніж в окремих структурах групи компаній. Тому після об'єднання активів

першочерговою вимогою буде систематизація та стандартизація всіх напрямів роботи.

Серед причин високих трудозатрат на реалізацію рутинних функцій експерти виділяють:

- технічні - відсутність інструментів автоматизації;
- методологічні - відсутність формалізованих процедур, низька кваліфікація співробітників і т. п.;
- організаційні - нераціональний розподіл функцій між підрозділами, слабка інформаційна інтеграція відділів та ін.

Впровадження в Росії єдиної корпоративної платформи та використання ефективних допоміжних ІТ-інструментів дозволить:

- надати підтримку зростаючому російському підрозділу за рахунок досягнення ефекту синергії, підвищення ефективності управління і застосування кращих практик;
- привести російську архітектуру HRIS до корпоративних стандартів (очікувані результати - зниження ризиків, поліпшення локальної / глобальної комунікації, Оптимізація інвестицій);
- оптимізувати витрати за рахунок уніфікації ресурсів і інфраструктури;
- знизити ризики, пов'язані з розробкою і підтримкою ізольованої локальної архітектури HRIS.

За останні роки в рамках всієї Групи Société Générale була розроблена єдина інформаційна платформа для автоматизації HR-процесів. У Румунії, Греції та Марокко багато корпоративних ІТ-рішення (HRIS) вже впроваджені. Тепер прийшла черга реалізації більш масштабного проекту в Росії. Корпоративна HRIS-архітектура складається з трьох рівнів (див. рис. 4):

- локальний: країна / регіон (дуже важливо брати до уваги вимоги місцевого законодавства);
- регіональний: континент / регіон (необхідно враховувати регіональну специфіку);
- глобальний: корпоративний (тут ставляться стратегічні завдання).

HR Collect призначена для збору, обробки та зберігання персональних даних: у ній накопичується докладна інформація про кожного співробітника. Ці бази даних дозволяють в різних площинах аналізувати структуру компенсаційних пакетів, рівень винагороди по відношенню до ринку і т.д. В результаті впровадження найсучасніших розробок і стандартизації базових процесів наші витрати на рекрутмент порівняно невеликі, більш того, останнім часом ми їх помітно скоротили в порівнянні з конкурентами.

В рамках напряму «Управління талантами» проводиться серйозна робота по оцінці потенціалу співробітником. Активно йде формування внутрішнього «пулу талантів», причому серед корпоративних талантів ми виділяємо різні групи: «молоді таланти», «key people (ключові працівники)», «керівники» і т. д.; Для кожної групи розробляються свої програми розвитку. Особливу увагу, звичайно ж, приділяється менеджерам, які мають високий потенціал, а значить,

у середньо-терміновій перспективі зможуть зайняти високі позиції - не тільки в Росії, але і в зарубіжних підрозділах Групи.

Для кожного співробітника розробляється Карту професійного росту, в якій фіксується його потенціал, аналізується кваліфікація і наявний досвід, а також намічаються напрямлення подальшого розвитку. При цьому ми враховуємо як потреби Групи в людських ресурсах, так і побажання самих співробітників. Їх потенціал виявляється в ході проведення кар'єрних інтерв'ю та щорічної процедури оцінки персоналу. Особлива увага приділяється навчанню в період адаптації, розвитку професійних навичок і - що не менш важливо-ділових та управлінських якостей.

Запропонована модель управління людським капіталом ґрунтується на основних положеннях системного підходу. Її основними перевагами є: можливість врахування чинників зовнішнього середовища; місії підприємства; положень концепції людського розвитку; основних складових людського капіталу, які безпосередньо впливають на результативність праці та її творчий характер.

Список використаних джерел:

1. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: монографія / В.П. Антонюк. – Донецьк: НАН України; Ін-т економіки пром-ті, 2007. – 348 с.
2. Климко С.Г. Людський капітал: світовий досвід і Україна / С.Г. Климко, В.М. Пригода, В.О. Сизоненко. – К.: Основа, 2006. – 224 с.
3. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій: колективна науково-аналітична монографія; за ред. Е.М. Лібанової. – К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2006. – 355 с.
4. Кір'ян Т.М. Мотивація людського капіталу до продуктивної праці / Т.М. Кір'ян. – К.: НДІ праці і зайнятості населення, 2008. – 416 с.
5. Ушенко Н.В. Людський капітал: регуляторні механізми відтворення: монографія / Н.В. Ушенко. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. – 288 с.
6. Назарова Г.В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств: наук. вид. / Г.В. Назарова, Н.Л. Гаркалова, Н.С. Маркова. – Харків: Вид. ЗНЕУ, 2006. – 240с.
7. Новікова М.М. Системне управління трудовим потенціалом підприємства: монографія / М.М. Новікова. – Харків: Вид-во ХНЕУ, 2008. – 212 с.

УДК 637.1:339.137.2(477.74)

Молла М.Г., аспірант

Одеського національного економічного університету

ЗАЛЕЖНІСТЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІД ЖИТТЄЗДАТНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Молочна галузь Одеської області характеризується низкою проблем, які мають негативне відображення на діяльності молокопереробних підприємств. Вирішення яких потребує визначення концептуальних положень щодо підвищення життєздатності підприємств, конкурентоспроможності молочної сировини та молочної продукції, а також розробки структурної схеми формування організаційно-економічного механізму впливу на підвищення

конкурентоспроможності молокопереробних підприємств. Першим етапом стратегії підвищення конкурентоспроможності має бути оцінка життєздатності підприємства, що аналізується.

Першим науковцем, який займався дослідженням життєздатності підприємств є В.П. Мартиненко. В своїх працях він визначив поняття «життєздатність підприємств промисловості», надав класифікацію факторів життєздатності та розробив модель стратегії життєздатності промислового виробництва. В.М Бондаренко присвятив декілька статей присвячених застосуванню зарубіжних моделей діагностики життєздатності та класифікації факторів життєздатності.

Разом із факторами життєздатності підприємства доцільно виокремити параметри, за якими можна оцінити стан підприємства промисловості, тобто параметри життєздатності, під якими розуміються найважливіші характеристики внутрішнього стану підприємства, порушення яких призводить підприємство до економічної загибелі - самостійної або примусової ліквідації.

Життєздатний стан господарської системи підприємства має місце тільки в разі сумісної наявності усіх 4-х параметрів життєздатності, тобто як ситуація, що описується моделлю:

$$L = \{L4, L3, L2, L1\}. \quad (1)$$

Кожен параметр життєздатності залежить від великої кількості показників, що створюють передумови для підтримки життєздатності, синтезує результати певної сукупності бізнес-процесів, що відбуваються на підприємстві [1].

В результаті дослідження був зроблений висновок, що платоспроможність, фінансова стійкість та прибутковість – фактори, що визначають життєздатність промислових систем. Відповідно рівень їх життєздатності може визначатися значеннями показників ліквідності, фінансової стійкості та рентабельності.

Враховуючи нормативні значення коефіцієнтів абсолютної ліквідності (0,4), маневреності власних коштів (0,35), майна виробничого призначення (0,5), рентабельності продукції (0,3), їх рейтинг визначимо параметрами, що показують ступінь впливу цих показників на рівень життєздатності. Тоді економіко-математична модель визначення рівня життєздатності для підприємств промисловості буде мати наступний вигляд [2]:

$$K ж. = 1,0Kп.л. + 2,5Ka.л. + 2,86Km.в.к. + 2,0Km.в.пр. + 3,33Kр.пр., \quad (2)$$

де $K ж.$ – коефіцієнт життєздатності промислових підприємств.

Виходячи із вищевикладеного, автором визначено, що значення коефіцієнта життєздатності повинне бути не нижче 5,0.

Комп'ютерна обробка вихідної інформації, проведені розрахунки дозволяють рекомендувати відповідну шкалу визначення рівня життєздатності для підприємств промисловості (табл.1.) [2, с.221].

В 2011 році в Одеській області функціонували 14 підприємств. Для повноти аналізу ринку молока Одеської області було б доцільно провести розрахунки та аналіз кожного підприємства. Проте необхідна для діагностики життєздатності інформація на більшості підприємств є закритою, тому для розрахунків використаємо відкриті данні підприємств, які розміщені в інтернет

мережі. За відсутності інформації за останні два роки, дослідження проведемо за період 2002-2008 рр. (табл.2).

Таблиця 1

Шкала визначення рівня життєздатності підприємств промисловості

Значення коефіцієнта життєздатності	Рівень життєздатності промислового підприємства
5,0 і вище	Високий
4,99 - 4,16	Середній
4,15 – 2,26	Низький
2,25 і нижче	Дуже низький

Проте всі дослідні підприємства донині функціонують на ринку молока Одеської області, хоча економічна криза дуже «хитнула» конкурентні позиції багатьох з них, а такі як, наприклад, Балтський молочний завод дитячого харчуванні взагалі стали нежиттєздатними.

Таблиця 2

Рівень життєздатності молокопереробних підприємств Одеської області (2002-2008 рр.)

	Рівень життєздатності по роках							Темпи зростання, %
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	
ВАТ «Янтар»	3,026	-2,775	-8,494	-11,654	-16,377	-17,972	13,284	338,9954
ЗАТ «Березівський молочний завод»	5,461	1,607	4,51	-9,563	-7,217	-32,336	-28,136	-615,217
ЗАТ «Троїцький молзавод»	15,36	11,36	10,5	15,354	6,641	-23,934	5,064	-67,0313
ЗАТ «Гарутинський сирзавод»	4,205	3,353	3,098	3,275	3,018	3,036	2,346	-44,2093

В 2008 році лише ВАТ «Янтар» та ЗАТ «Троїцький мол завод» мали високий рівень життєздатності. За сім років рівень життєздатності ВАТ «Янтар» збільшився з 3 % до 13 %. Напроти, в ЗАТ «Троїцький молзавод» ситуація змінилася в інший бік, в 2008 році порівняно з 2002 роком рівень життєздатності знизився на 67 %. Проте, як «Янтар», так і «Троїцький молзавод» не мають власних оборотних коштів, тобто у розпорядженні підприємств не має власних ресурсів для подальшого функціонування, вони є фінансово нестійкими, що свідчить про незадовільний стан платоспроможності підприємства. Коефіцієнт майна виробничого призначення на зазначених підприємствах вище нормативного, а це свідчить про те, що підприємства не потребують залучення зовнішніх джерел. Обидва підприємства мають незадовільний стан ліквідності, цей факт свідчить про те, що потреба підприємства в коштах перевищує їх реальні надходження.

Березівський молочний завод весь дослідний період мав низький рівень життєздатності, окрім 2002 року коли рівень життєздатності був вище нормативного значення. Така негативна тенденція пов'язана знову ж таки, з нестачею власних оборотних коштів, на протязі всього дослідного періоду

необоротні активи перевищували власні кошти, а також з низьким рівнем ліквідності. Проте в 2008 році порівняно з 2007 роком, коли підприємство було збитковим, зросли прибутки від реалізації продукції до 377 тис. грн.

За сім років найбільш стабільно функціонувало підприємство ЗАТ «Тарутинський сирзавод», проте рівень життєздатності за цей період змінився від середнього до низького і знизився приблизно на 44 %. Головним чином, це пов'язано з низьким рівнем рентабельності продажу продукції та нижчим за норматив коефіцієнтом маневреності власних коштів, тобто низьким рівнем капіталізації власних коштів.

Таким чином, рівень життєздатності – це складний показник, який залежить від багатьох факторів, а тому його оцінка потребує детального аналізу не тільки коефіцієнту життєздатності, але й усіх його складових. Проведений аналіз свідчить, що молокопереробні підприємства Одеської області характеризуються низьким рівнем життєздатності, що, свідчить про нестабільну фінансово-господарську ситуацію на підприємствах, а тому і низький рівень конкурентоспроможності. Подальша діяльність цих підприємств повинна спрямовуватись на ефективне використання та реінвестування власних коштів, підвищення ліквідності та рентабельності, розробці антикризових заходів та розробці стратегії підвищення життєздатності та конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Антикризове управління підприємством [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://library.if.ua/library.if.ua-tov.html>
2. Мартиненко В.П. Стратегія життєздатності підприємств промисловості: навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 328 с.

УДК 336

*Некрасенко Л.О., студентка групи 5 МО
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького
Дроботова М.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

Ефективність збутової діяльності підприємства можуть характеризувати різні види стимулювання. Найважливішим видом буде той, який максимально наближений до споживача. Розглянуте підприємство СТОВ «Зоря-Маїс насіння» займається збутовою діяльністю і використовує різноманітні методи стимулювання збуту. Серед цих методів є безпосереднє зниження цін. Саме ціноутворення максимально наближене до споживача. Тимчасове зниження ціни на товар має свої переваги і недоліки.

Пряме зниження цін може відбуватися різними методами. Всі ці методи є досить дієвими, але СТОВ «Зоря-Маїс насіння» - сільськогосподарське підприємство, яке має досить специфічний ринок збуту. Тому використання більшості цих методів не є дієвим для даного підприємства, але деякі з них можливо запровадити. Так наприклад підприємство має демонстраційні поля і

надає великим покупцям пробну продукцію, що і є вище названими зразками. Взагалі одним з кращих методів, який широко застосовується в момент кризи це надавання товару у кредит. Як вже було сказано раніше СТОВ «Зоря-Маїс Насіння» продає свою продукцію в товарний кредит із відстрочкою платежу на 2-4 місяці. З метою зниження ризиків перевіряється фінансовий стан клієнта, а договір товарного кредиту укладається під заставу техніки або незавершеного виробництва, тобто посівних площ. Ризики втрат при неповерненні товарних кредитів закладаються в ціну реалізації продукції.

На підприємстві існує система знижок, але для того щоб зменшити кредитні ризики її можливо вдосконалити. Станом на 2009 рік знижка на кукурудзу: 3-5 тонн - 2%; 6-8 тонн - 3%; 9-10 тонн - 4%; 11 тонн і більше - 5%. Знижка на соняшник: 2-3 тонн - 3%; 4-5 тонн - 4%; 6 тонн і більше - 5%.

На підприємстві з добре побудованою збутовою політикою, такою, як на даному підприємстві, доцільно було б запропонувати вдосконалити систему знижок для клієнтів, які віддадуть кредит раніше запланованого терміну.

Це можливо доповнити знижками за погашення заборгованості швидше ніж за договором. Адже ті гроші, які ми можемо отримати сьогодні дорожчі за ті які ми отримаємо завтра. Цю систему знижок можна доповнити, щоб покупець мав якусь вигоду з того, що він раніше поверне товарний кредит. Доцільно було використати наступну систему знижок, якщо покупець бере продукцію у комерційний кредит на термін 2-4 місяці, то СТОВ «Зоря-Маїс насіння» може надати певний відсоток знижки у разі, якщо кредит буде повернено раніше запланованого терміну. Якщо наприклад кредит був наданий на 4 місяці, а покупець віддасть за 3 місяці, то він зможе отримати додатково ще 1% знижки, якщо віддасть за 2 місяці - отримає 2%, а якщо за 3 місяці – то покупець отримає додатково ще 3% знижки. Цей відсоток додається до вже існуючої знижки за кількість придбаної продукції. На виході покупець отримує вигідний відсоток знижки, а СТОВ «Зоря-Маїс насіння» отримає швидше гроші на рахунок і зможе їх використати для збільшення прибутку. Дану ситуацію ілюструє такий приклад.

Якщо підприємство-покупець бере у кредит на чотири місяці гібрид кукурудзи Петровський 169 СВ - 4тонни. Даний гібрид кукурудзи коштує 10 000 грн/т. При покупці такого обсягу продукції покупець вже отримує знижку в сумі 2%, а якщо покупець зможе повернути гроші раніше, то йому нададуться відсоток знижки за схемою , яку ілюструє таблиця 1.

Таблиця 1

Матриця знижок для покупців-кредиторів СТОВ «Зоря-Маїс насіння»

	1міс. виплати тис.грн	2міс.виплати тис.грн	3міс.виплати тис.грн	4міс.виплати тис.грн	Сума знижки тис.грн
0%	12500	12500	12500	12500	0
1%	12500	12500	25500	-	500
2%	12500	46500	-	-	1000
3%	48500	-	-	-	1500

Даний приклад можливий, якщо покупець повертатиме гроші не рівних долях, як це показано в таблиці 1, а і якщо він буде віддавати різну суму грошей щомісячно. В даному прикладі це не має суттєвого значення і не впливає на кінцевий результат. Важливим є лише термін погашення і сума покупки.

За допомогою таблиці 1 покупцеві добре буде видно суму знижки на продукцію, а для автоматизації даної роботи усі необхідні розрахунки можна роботи за допомогою MS Excel. Для цього необхідно на новому листі MS Excel побудувати наступну табличку (рис.1).

термін погашення кредиту	%	ціна	кількість	сума знижки
4	0	10000	5	0
3	1			500
2	2			1000
1	3			1500

Рис.1 Розрахунок суми знижки

У стовпчику F2 вводиться формула для розрахунку відсоткової знижки:

$$\% = \frac{\text{Ціні} * \text{Кількість} * \% \text{знижки}}{100}$$

За допомогою цієї таблички дуже просто порахувати суму знижки знаючи ціну і кількість придбаної продукції. Ціна і Кількість фіксується кнопкою F4, що означає що ці цифри є незмінними в формулі, а відсоток буде мінятися. За допомогою ЛКМ (лівої клавіші миші) розтягуємо до клітинки F5. І маємо прораховану суму знижки на різні строки повернення. При зміні умови задачі в даній табличці необхідно поміняти ціну за продукцію і її кількість, а потім MS Excel видасть необхідні суми знижки.

Також за допомогою цієї ж таблички можна порахувати сумарну знижку, яку отримає покупець за придбану продукцію і за погашення кредиту раніше запланованого терміну (рис.2).

За допомогою функції ЕСЛИ, створюємо формулу з нерівностей, тобто якщо кількість придбаної продукції менше 3т, тоді використовуємо Формулу 3.1, якщо ця нерівність не є правдивою, тоді використовуємо знову функцію ЕСЛИ, але тепер умова така, якщо кількість придбаної кукурудзи від 3-5т, тоді знову використовуємо Формулу 3.1 і так аналогічно до всіх відсотків знижок за обсягом купленої продукції. Врешті за допомогою ENTER отримуємо відповідь. Аналогічно прописуємо формулу для соняшника. За допомогою простої таблички можна дізнатися суму знижок за кредитом і за обсягом змінивши тільки три параметри: ціну, кількість і відсотки.

	В	% термін кредитування	ціна	кількість	Сума знижки	% за обсягом	кукурудза	% за обсягом	Соняшник
1									
2									
3		0	10000	5	0	0	1000	0	2000
4		1			500	2		3	
5		2			1000	3		4	
6		3			1500	4		5	
7		4			2000	5			
8									
9									

Рис.2 Розрахунок знижки за обсяг придбаної продукції

Отже зробивши відповідні розрахунки, з прикладу видно, що якщо покупець взявши саме цей гібрид кукурудзи отримає одразу знижку у розмірі 1000грн., а якщо він, наприклад, поверне кошти раніше хоча б на місяць покупець отримає додаткову знижку у розмірі 500грн. Сумарна знижка складатиме 1500 грн. А СТОВ «Зоря-Маїс насіння» отримає раніше гроші, які підприємство зможе використати для покращення свого економічного стану.

УДК 339.13

*Олексенко О.В., студент групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА ГОФРОТАРИ (НА ПРИКЛАДІ ПРАТ ЧЕРКАСИТАРА)»

В сучасних умовах реалізація комплексних заходів щодо розвитку маркетингової діяльності підприємства дозволяє сформувати власні орієнтири виходу з кризової ситуації, перспективи розвитку, розробити ефективні маркетингові стратегії, адаптовані до потреб вітчизняного споживача. На жаль, вітчизняними суб'єктами підприємницької діяльності недостатньо використовуються різноманітні методи та організаційні форми маркетингових заходів. Таке становище обумовлюється низкою причин головною серед яких є важкий фінансовий стан переважної більшості підприємств. В результаті цього підприємства недостатньо володіють інформацією про реальний стан ринку, можливі тенденції його розвитку, характер і структуру попиту на той чи інший продукт, що значно загострює проблеми збуту товарів національного виробника, посилює і без того великі підприємницькі ризики.

Проблемам дослідження маркетингової діяльності присвячені роботи багатьох провідних як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: Ф. Котлера [5], Н. К. Малхорта [6], Л. Балабанової [1], Н. Карпенко [4], А. Павленка [8], А. Старостіної [9] та ін. Проте недостатньо досліджені питання маркетингового

управління, визначення пріоритетних напрямків розвитку маркетингу у діяльності промислових підприємств виходячи із галузевих особливостей та соціально-економічних умов розвитку конкретного підприємства. Це зумовлює необхідність подальшого дослідження особливостей маркетингової діяльності підприємств з урахуванням умов розвитку галузі.

На основі показників оцінки вітчизняних вчених і досліджень автора здійснено розрахунок показників ефективності маркетингової діяльності ПРАТ «Черкаситара». Проведений аналіз дозволив сформулювати наступні висновки:

1. Зважаючи на загальне зменшення кількості працівників спостерігається зростання питомої ваги маркетингового персоналу.

2. На фоні загального зростання фонду оплати праці відбувається і зростання питомої ваги витрат на маркетинговий персонал. У 2009 році спостерігалось скорочення цього показника за рахунок зниження преміального фонду працівників маркетингових служб і скорочення одного фахівця.

3. Зростання рівня рентабельності маркетингових витрат, яке у 2007-2008 рр. відбувалося на ЗАТ «Черкаситара», у 2009 р. змінилося спадом у зв'язку із зниженням прибутку підприємства. Спостерігається і щорічне зниження рентабельності витрат на маркетинг і збут.

4. Щорічно знижуються показники продажів та частки підприємства на ринку гофротари, що свідчить про втрату конкурентних позицій підприємства.

5. Знижується ефективність рекламних витрат. З одного боку це обумовлено зниженням витрат на рекламу у зв'язку з постійним режимом економії на підприємстві, а з іншого – це позначилося і на кількості замовлень і обсягах продажів.

6. Починаючи з 2007 року підприємство втратило цінову перевагу на ринку, оскільки конкуренти (зокрема тут здійснено порівняння з основним конкурентом – Київським КПК) почали проводити агресивну стратегію – підвищувати ціни на сировину порівняно з цінами на власну готову продукцію.

7. На підприємстві поступово зростає коефіцієнт затоварення складів готовою продукцією, що свідчить про недоліки в організації маркетингової діяльності даних підприємств [10].

Таким чином, аналіз маркетингової діяльності ЗАТ «Черкаситара» дає підстави стверджувати, що показники ефективності маркетингової діяльності є далеко не найкращими. А це в свою чергу негативно впливає на динаміку виробництва та реалізації продукції, виконання плану виробництва по асортименту та загальні фінансові результати економічної діяльності підприємства.

З огляду на кількість і важливість позицій у кожному блоці матриці SWOT-аналізу, визначено, що підприємству доцільно використовувати стратегію «Сильні сторони-загрози». Враховуючи тенденцію до зміщення структури збуту продукції гофротари в бік збільшення частки дрібнооптових партій продукції, що користується попитом, з урахуванням досліджень вітчизняних науковців [1; 2; 4; 9], механізм взаємодії між виробником (ПРАТ «Черкаситара») та споживачем повинно здійснюватися за такими етапами:

Перший етап процесу формування каналів реалізації продукції направлений на перманентне відслідковування потреб ринку в продукції підприємства. Другий етап передбачає активні заходи, які направлені на інформування потенційних споживачів і торгових посередників про продукцію підприємства, формування і стимулювання попиту. Третій етап передбачає оцінку потенційного збуту продукції за її видами та обсягами, попередню оцінку рентабельності продажу. Четвертий етап забезпечує (в частині незалежних від виробника органів збуту) формування списку потенційних клієнтів (посередників, споживачів). П'ятий етап передбачає формування портфеля замовлень підприємства (при надмірному попиті на продукцію підприємства на конкурентній основі) з акцентом на прогресивні зміни в їх утриманні і структури. На шостому етапі необхідно провести аналіз прогнозованої каналів реалізації, факторну оцінку замовлень на продукцію. Рішення які приймаються на сьомому етапі про структуру та обсяг реалізації, умови продажу, канали реалізації, наявності і форм господарського зв'язку та ділових відносин з учасниками каналів на предмет збуту продукції є результатом інтегральної оцінки клієнтів, що обумовлює їх вибір. Восьмий етап пропонує документальне, юридичне оформлення процедури доставки продукції за адресою вибраних покупців та її оплата з їхньої сторони. Дев'ятий, заключний, етап організації збуту продукції виконує головну мету збуту – доставку продукції споживачу. В процесі обігу приймають участь всі учасники каналу реалізації.

Отже, ефективність роботи підприємства в ринкових умовах залежить від результативності маркетингової діяльності. Тому підприємства повинні проводити активну маркетингову політику і не тільки пристосовуватися до вимог ринку, запитів покупця, а й активно діяти на них, що є дуже істотним у просуванні товару.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В. Управління реалізацією стратегій підприємства: маркетинговий підхід: монографія / Л.В. Балабанова, І.С.Фоломкіна. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. – 402с.
2. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: Проблеми становлення та розвитку: монографія / С.В. Близнюк.- К.: Політехніка, 2004.- 400 с.
3. Голубков Е.П. Современные тенденции развития маркетинга / Е. П. Голубков [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/01.shtml>
4. Карпенко Н.В. Управління маркетингом на підприємствах малого та середнього бізнесу: монографія / Н.В. Карпенко. - Полтава: Видавництво ПУСКУ, 2008.- 363 с.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Бизнес-книга. – 1995. – 698 с.
6. Малхорта Нэреш К. Маркетинговые исследования. Практическое руководство: Пер. с англ. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2002. – 960 с.
7. О проблемах производителей гофропродукции [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://cbm.org.ua/node/10>
8. Павленко А. Ф. Маркетинг: підручник / Павленко А.Ф., Войчак А.В. – К.: КНЕУ, 2003. – 246 с.
9. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, В. А. Кравченко; за ред.: А. О. Старостіної.- К.: Знання, 2005.- 764 с.
10. Річна фінансова звітність ЗАТ „Черкаситара” [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.smida.gov.ua

**ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ
ТВАРИН**

Агрострахування є найважливішим засобом зменшення ризикованості сільськогосподарського виробництва. Сільське господарство є однією з найперспективніших галузей економіки України. Водночас, аграрний сектор – це одна з найбільш ризикових галузей суспільного виробництва, оскільки відтворювальний процес пов'язаний з природничо-кліматичними, біологічними та фінансовими чинниками. Тому, до найактуальніших питань в аграрній сфері відноситься захищення сільськогосподарської діяльності, за допомогою якого можна стабілізувати розвиток господарств комплексу та економіки держави в цілому[5].

Страховання аграрного виробництва – це система заходів щодо організованого спеціальними страховими державними і недержавними органами захисту майнових інтересів громадян, організацій та установ зв'язаних із виробництвом сільськогосподарської продукції у разі випадку певних подій за рахунок спеціально створених грошових коштів.

На сьогодні сільськогосподарське страхування в Україні проходить глибоку кризу, основними причинами якої є насамперед відсутність економічної стабільності, сталого зростання виробництва, неплатоспроможність більшості сільськогосподарських підприємств і дефіцит фінансових ресурсів, але незважаючи на всі ці проблеми все більша кількість підприємств страхує своє майно в умовах зміни законодавства.

На сучасному етапі важливе значення для сільського господарства України має розвиток страхування сільськогосподарських ризиків. В умовах стрімкого зростання економічної ролі ринкових відносин, питання забезпечення фінансової стабільності суб'єкта господарської діяльності є дуже важливими. Інтерес до страхування викликаний перш за все тим, що в умовах обмеженості оборотних коштів у підприємств і підприємців ведеться пошук шляхів розширення можливостей для вирішення фінансових проблем.

Проблемами страхування сільськогосподарських ризиків займалися такі відомі вчені дослідники як М. Дем'яненко, П. Лайко, С. Навроцький.

Ризики, пов'язані зі страхуванням тварин, можна поділити на чотири групи:

1. Страхування на випадок загибелі або падежу тварин від хвороб чи стихійного лиха (повінь, обвал, блискавка, буря, ураган, град, землетрус), дії електричного струму, замерзання, задушення, отруєння травами, укусу змій або отруйних комах, утоплення, попадання під засіб транспорту, попадання в ущелину та інші травматичні пошкодження.

2. Страхування на випадок вимушеного забою тварини, якщо вона травмована через нещасний випадок і це унеможлиблює подальше її використання. Або якщо вимушений забій (за розпорядженням спеціаліста

ветеринарної служби) пов'язаний із вжиттям заходів, спрямованих на боротьбу з епізоотією або невиліковною хворобою, що також виключає подальшу можливість використання тварини.

3. Страхування на випадок лікування тварини від хвороби чи травми, одержаної внаслідок нещасного випадку. У даному разі йдеться про непрямі збитки у вигляді додаткових витрат на утримання тварини.

4. Страхування на випадок викрадення або навмисних неправомірних дій третіх осіб.

Сума обов'язкового страхування не повинна перевищувати його ринкової вартості. Не підлягають страхуванню тварини хворі на туберкульоз, або інші хвороби.

Однією із форм страхування тварин є франшиза – частина збитків, що не відшкодовується страховиком згідно з договором страхування. Залежно від зони та умов проведення страхування тварин можливе обмеження страхової суми за рахунок франшизи, розмір якої встановлюється договором страхування до 20 відсотків від страхової суми. Майнові збитки, що виникли в разі настання страхового випадку в межах визначеної в договорі страхування франшизи, відшкодовуються за рахунок Страхувальника.

Основна мета страхування сільськогосподарських ризиків – це часткова чи повна компенсація суб'єкту господарювання втрат через несприятливі, в основному, природні явища. Об'єктивна економічна необхідність використання страхування в сільському господарстві пояснюється недостатніми можливостями держави і ринку забезпечити широку маневреність фінансовими ресурсами господарюючих суб'єктів[3].

У страхуванні тварин є принципова відмінність, що відрізняє її від інших видів майнового страхування, в яких найбільш поширеною є компенсація втрат, зумовлених частковим пошкодженням основних або оборотних фондів.

Важливою особливістю страхування є їх обґрунтоване обмеження обсягу страхової відповідальності, тому що обсяг встановлюється не за повною оцінкою об'єкта. Певна частина страхової відповідальності залишається на відповідальності страхувальника, що повинно стимулювати його зацікавленість у збереженні поголів'я тварин. На основі різниці між величинами страхової відповідальності всю сукупність застрахованих тварин розподіляють на три групи: продуктивна худоба, молодняк, племінні й високоцінні тварини. Для третьої групи застосовують більш високий обсяг страхової відповідальності, включаючи падіж тварин від інфекційних захворювань, загибель під час експлуатації, під час пожеж та стихійних лих. Для об'єктів з інших груп властиве страхування за обмеженим страховим випадком.

Загибеллю тварин за умовами страхування вважається не лише їх падіж, але й вимушений забій або знищення у зв'язку з настанням подій, від яких здійснюється страхування. Якщо ж ці події відбулися, то відшкодування виплачується на основі офіційного висновку ветеринарних спеціалістів у межах здійснення лікувально-санітарних заходів з боротьби з епізоотією.

Страхування тварин є досить небезпечним ризиком, адже кожний вид тварин потребує різного обсягу страхової відповідальності. Ці та інші фактори

зумовлюють використання різних тарифних ставок, розмір яких може становити 1-10 % від страхової суми. Водночас страхування великої рогатої худоби здійснюється за граничними розмірами страхових тарифів – від 2 до 5 % від страхової суми; страхування коней – відповідно від 3 до 7%.

Одним із ключових питань, яке нині потребує принципового вирішення є питання про механізм державної підтримки сільськогосподарських виробників. Сьогодні більшість експертів поділяють думку, що державна підтримка страхування ризиків сільського господарства є неефективною. Тобто, потрібно наново формувати принципи, моделі, механізми та схеми її надання, такі, які відповідали б законам функціонування ринкової економіки та сучасним умовам розвитку світового ринку.

Потрібно розробити оптимальну стратегію розвитку страхування сільськогосподарських ризиків, створити умови для функціонування товариств взаємного страхування, створити резервний фонд для накопичення коштів для ризиків, які не підлягають страхуванню, який має використовуватися із такими цілями, а також ефективні та прозорі процедури здійснення відшкодування за державними програмами.

Важливими напрямками також є – досконалість інформації, добровільність участі у страхуванні, розвиток страхування від окремих ризиків. Також враховуючи важливість проблеми, а також виходячи із ситуації, що склалася необхідність державної підтримки не відкидається при страхуванні. Навпаки, підтримка має виконувати ще й таку важливу функцію, як стимулювання сільськогосподарських товаровиробників до участі у страхуванні, що вимагає опрацювання дієвих механізмів використання таких коштів.

Отже, узагальнивши вище викладене, можна зробити висновок, що необхідність страхового захисту викликана прагненням обмежити як матеріальні, так і нематеріальні збитки пов'язані з певними ризиками.

Список використаних джерел:

1. Александрова М.М. Страхування : Навчально-методичний посібник. – К. : ЦУЛ, 2002. – 208 с.
2. Офіційний веб-сайт Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України [<http://www.dfp.gov.ua/>].
3. Тимошик Н. Фінансові аспекти сільськогосподарського страхування / Н. Тимошик // Матеріали науково-практичної конференції «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки» (м. Тернопіль, 18 травня 2011 року). – Тернопіль : ТНГУ, 2011. – С. 51.
4. Ткаченко Н.В. Страхування : Навч. посібник. – К. : Ліра, 2007. – 376 с.
5. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://intkonf.org/>

*Пилипенко О.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу
Слов'янського державного педагогічного університету*

ТРАНСФОРМАЦІЯ ФУНКЦІЇ КОНТРОЛЮ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ БЮДЖЕТНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Результативність функціонування організаційно-економічних формувань в стратегічному, поточному і оперативному плані можливо забезпечити шляхом побудови, на принципах збалансованості і комплексності, раціональної системи менеджменту та розвитку функцій управління.

Раціональна система менеджменту – це більш статична система. Функції управління – динамічні види діяльності, за допомогою яких реалізується потенціал організації та менеджменту як цілісних систем при реалізації стратегій та досягнення цілей.

У системі економічних механізмів в управлінні значне місце належить бюджетуванню. В економічній літературі розвитку бюджетування приділяється значна увага, однак, при цьому слід зазначити, що більшість авторів спрощено підходять до розкриття сутності бюджетування та її складових. Деякі автори, зокрема, А. М. Кармінський виділяє п'ять основних груп бюджетів: кошторис доходів і витрат; кошторис витрат часу, простору, матеріалів і продукції; кошторис капітальних витрат; касовий бюджет; балансовий кошторис [2]. Інші автори, зокрема О.Д. Гудзинський та Т. М. Пахомова розширюють основні види бюджету і вважають, що в сільськогосподарських підприємствах необхідно формувати 18 груп бюджетів [1]. Ми погоджуємося з такою позицією автора. Однак вважаємо, що в теоретичному і практичному плані назріла необхідність формування управління бюджетною політикою на принципах системного підходу. Її складові і названа система в цілому мають виступати як об'єкти контролю та аналізу.

Бюджет витрат і доходів доцільно доповнити такими видами бюджету:

- доходи і витрати від розв'язання задач;
- доходи і витрати від реалізації стратегії;
- доходи і витрати від реалізації програм;
- витрати на реалізацію технологій та технологічних процесів;
- доходи і витрати від реалізації інноваційних моделей;
- доходи і витрати, пов'язані з наданням різних послуг комерційного характеру.

Таким чином, зведений бюджет у господарюючих структурах повинен охоплювати всі види і напрями виробничої, обслуговуючої, фінансової та комерційної діяльності. Це є основою для виділення об'єктів і напрямів контролю. Вважаємо за доцільне доповнити технологію формування зведеного бюджету об'єктами контролю, критеріями і показниками контролю, методами контролю. Пропонуємо технологію формування зведеного бюджету підприємства здійснювати за такою схемою:

1. Суб'єкт прийняття рішень.
2. Суб'єкт використання інформації.

3. Вид бюджету.
4. Виконавець.
5. Об'єкт контролю.
6. Методи визначення параметрів бюджету.
7. Вихідна зведено-аналітична інформація, як результат системи контролю.
8. Результат управлінської дії.

Для забезпечення оптимального синергічного ефекту від системи бюджетування вважаємо за доцільне розширити види бюджету, виділивши окремо як об'єкт планування, контролю і аналізу такі бюджети: функціональних підсистем, наскрізних логістичних матеріальних потоків, транзакційних витрат, витрат і доходів від сфери послуг, стратегій. Схематично взаємозв'язок контролю в бюджеті як системної цілісності наведено на рис. 1.



Рис. 1. Контроль в процесі бюджетування підприємств

Процес бюджетування з позицій забезпечення результативності контрольно-аналітичних функцій рекомендуємо здійснювати за схемою:

- вид бюджету;
- суб'єкт прийняття рішень;
- виконавець;
- суб'єкт використання;
- цільова спрямованість контролю;
- об'єкт контролю;
- суб'єкт контролю;
- методи визначення параметрів контролю;
- вихідна зведено-аналітична інформація як результат системи контролю;
- управлінські дії.

Таким чином, забезпечення ефективного функціонування сільськогосподарських підприємств запропоновано здійснювати через сформовану систему менеджменту, як цілісність та її підсистему контролю з орієнтацією на формування та використання оптимальних механізмів бюджетного управління.

Список використаних джерел:

1. Гудзинський О. Д. Менеджмент та його обліково-аналітичне забезпечення : навч. посіб./ О. Д. Гудзинський, Т. М. Пахомова – К.: ІПК ДСЗУ, 2003. – 51 с.
2. Контроллинг в бизнесе: Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях / А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примак, С. Г. Фалько – М.: Финансы и статистика, 2002. – 256 с.
3. Кірейцев Г. Г. Облік і контроль фінансових результатів: (Монографія) / Кірейцев Г. Г. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2004. – 232 с.
4. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: (Монографія) / Наливайко А. П. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.

УДК 331

*Попова Ж.Ю., студентка групи 3 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УПРАВЛІННЯ АДАПТАЦІЄЮ СПІВРОБІТНИКА НА НОВОМУ МІСЦІ РОБОТИ

Для дуже багатьох людей Virgin Group асоціюється, насамперед, з лондонською студією звукозапису. Але бізнес-інтереси групи представлені також у сферах авіаперевезень, стільникового зв'язку, кабельного телебачення і радіомовлення. Зараз її власник, сер Річард Бренсон (Richard Branson), виводить на ринок свій новий бізнес - компанію Virgin Galactic, яка буде спеціалізуватися на «космічному туризмі економ-класу». При такій великій кількості творчих людей і різноманітності сфер діяльності просто можна було допустити, щоб відділ по роботі з персоналом залишався похмурим місцем, набитим нудними офісними папками та навідними тугу горами паперів. Слово «кадри» завжди

було пофарбовано в сірі тони, але це не наш колір. HR-підрозділ теж повинно бути яскравим, креативним!

Для організації найнадійніший спосіб трансформуватися - це змінити своїх людей. І якщо ейчари зможуть творчо підійти до використання виділеного на корпоративні комунікації бюджету, ця інвестиція дуже скоро принесе результат: компанія заощадить кошти на рекрутинг, швидко проведе необхідні зміни і утримає своїх ключових співробітників, і найголовніше - виростить з них носіїв і «адвокатів» свого бренду

Сер Бренсон очікує, що в компанію прийдуть люди, що розділяють його цінності і ставлення до роботи - Virgin people. Ці люди будуть демонструвати «Virgin-поведінка»: генерувати інноваційні ідеї, відкривати нові бізнес-напрями, створювати цінності для клієнтів (пропонувати їм щось «понад» того, що клієнти очікують) і здобувати перемоги над конкурентами. «Присвоєння» (інтерналізація) цінностей людьми означає, що вони не тільки говорять «правильні» слова, але і ведуть себе відповідно з декларованими принципами. Це вигідно для компанії: добровільний самоконтроль знімає необхідність в контролі зовнішньому, оскільки зростає відповідальність співробітників за результати діяльності (своєї власної і компанії в цілому). За розвиток корпоративного бренду Virgin відповідає команда маркетологів, але відповідальна поведінка відповідно до корпоративною етикою - особиста обов'язок кожного працівника.

Професійні маркетологи знають, наскільки збільшує продажі висока впізнаваність бренду. Парадокс, але в такій просунутій компанії, як наша, у фахівців по роботі з людьми довгий час не було документа, де були б описані корпоративні цінності та їх роль в організації високопродуктивної праці! Адже зараз співробітників потрібно надихати буквально «з порогу», З першого ж дня їх роботи - в будь-якому підрозділі, в якому напрямку бізнесу. Крім того, вони повинні відчувати себе однією згуртованою командою.

Професійні маркетологи знають, як важливо підтримувати цінність бренду - впізнаваність, стиль, єдині принципи ... У Virgin цьому питанню приділяється величезна увага. І при цьому у нас - фахівців по роботі з людьми - взагалі не було документа, де були б описані цінності бренду компанії як роботодавця, їх роль в управлінні персоналом (при залученні, адаптації, навчання, утримання талантів і пр.). Тоді-то і дозріло рішення про створення єдиної платформи, де була б зібрана вся необхідна інформація для роботи менеджерів і директорів з персоналу.

Головне завдання керівництва з адаптації персоналу - введення в курс справи нових членів команди. Єдиний «Путівник по компанії» використовується у всіх підрозділах Virgin по всьому світу. Ми назвали його People Carrier. Російською мовою важко передати гру слів, використану в цьому словосполученні, напевно, найбільш адекватним перекладом буде варіант «Провідник до людей». Перед розробниками стояли дуже важкі завдання:

- і сайт, і керівництво повинні бути зручними для користувачів;
- тут не повинно було бути нічого нудного і незрозумілого, і в той же час - сленгу, професійного жаргону (цього наш власник не виносить);

– у всі правила і нормативи повинні бути однаковими - як для прибиральниць в корпоративному спортклубі, так і для керуючих директорів.

У керівництві відображений фірмовий підхід Virgin до роботи з персоналом. Інформація розподілена по великих тематичних рубриках, які, в свою чергу, поділяються на більш дрібні розділи. «Провідник» дозволяє витримати єдиний стиль управління персоналом у всіх компаніях, що входять до Групи, допомагає нашим колегам у відділах по роботі з людьми орієнтуватися в планах топ-менеджерів. Завдяки «Провіднику» ейчари позбавлені від необхідності «винаходити велосипед».

У керівництві описані практично всі ролі менеджера з персоналу і стандартні процедури його роботи - від рекрутингу та навчання до заохочення співробітників. Причому зроблено це в дивно захоплюючою для серйозного документа формі, без жаргонізмів, з шанобливим ставленням і до кадровикам, і до співробітників основних підрозділів.

Менеджер може заглянути в «Провідник» для того, щоб освіжити в пам'яті порядок проведення заходів з оцінки співробітників або скористатися ним як допомога при підготовці навчальних семінарів, тренінгів. Рядові працівники також нерідко звертаються до цієї приємної на дотик, емоційною, яскравою книжечці або заходять на барвисту сторінку корпоративного сайту. Для них «Провідник» грає роль і довідника, в якому можна дізнатися про правила компанії, і поради, підказує вихід зі скрутною ситуації. У People Carrier міститься безліч форм, бланків, зручних для використання шаблонів документів, наприклад:

- методики відбору кандидатів і сценарії проведення співбесід;
- приклади листів, що містять коректний відмова «не підійшов» шукача;
- опис різних інструментів мотивації співробітників;
- технології та інструменти, Які використовуються в навчанні і розвитку персоналу;
- опис корпоративних правил поведінки та особливостей корпоративної культури Virgin;
- шаблони всіх необхідних ейчару документів і т. п.

Розмови про корпоративну культуру багато людей вважають «рітуальною» балаканиною: які можуть бути «вічні» цінності, коли головна мета будь-якого бізнесу - прибуток ... Дійсно, говорити про цінності легко, важко жити в гармонії з ними. Інноваційну корпоративну культуру неможливо імітувати: її важко створити.

Для корпоративної культури компанії Virgin характерний особливий дух свободи - інтелектуальної та креативною. Люди можуть задавати керівникам «важкі» питання - щодо розвитку бізнесу, нових продуктів, ідей та ринків (навіщо ми це робимо? І чому саме таким чином? і т. п.). Усередині компанії практикується політика «відкритих дверей», яка створює особливу атмосферу «причетності». Що важливо, це була ініціатива згори »- вона виходила від самого Річарда. Щоквартально генеральний директор запрошує співробітників до себе на ланч (він так і називається «Ланч зі Стівеном»); щоб зустрітися з

топ-менеджером, людині достатньо подати заявку. За обідом підлеглі обговорюють з керівником цікаві для них теми, отримують відповіді на «гострі» питання, пропонують нові ідеї, вказують на недоліки.

Їх цінності не з'явилися «за помахом чарівної палички», їх не написали за нас консультанти. Вони постійно над ними працюють, хочуть і для себе, і для інших сформулювати - що для них суттєво, чим вони живуть і заради чого. Це важливо як для тих людей, які вже працюють у них, так і для кандидатів - потенційних співробітників. Вони вважають, що на роботу необхідно приймати людей з правильним настроєм, надавати їм можливості для зростання, достойно їх заохочувати. Щоб залишатися кращим роботодавцем, постійно проводимо фокус-групи, опитування думки, оцінюємо задоволеність співробітників.

УДК 658.7.012.32

Рак В.М., студент групи 5 МО (3)

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Поточні результати господарювання національних товаровиробників зазнали значного погіршення через світову фінансово-економічну кризу. Вони характеризуються падінням обсягів промислового виробництва, зменшенням споживчого попиту, порушенням наявних коопераційно-інтеграційних зв'язків у взаєминах суб'єктів господарювання, що об'єднані у різного роду логістичні ланцюги створення вартості. Це призводить до виникнення різноманітних проблемних ситуацій як в життєдіяльності логістичних систем, так і у відносинах "постачальник – виробник – споживач". Саме потреба подолання можливих проблем вимагає організації належного управління бізнес-процесами підприємства та встроювання його в розширену систему партнерських відносин. Головним підґрунтям, у даному випадку, виступатиме логістизація управлінської діяльності, орієнтована на збагачення наявних технологій менеджменту здобутками логістичного підходу.

З економічної точки зору логістична система являє собою складну організаційно завершену економічну систему, яка складається із пов'язаних в єдиному процесі управління матеріальних і супроводжуваних їх потоків елементів – ланок [1, с.123]. Таким чином, логістична система є сукупністю функціональних підсистем, що забезпечують стійке функціонування підприємства. На нашу думку, основними складовими логістичної системи машинобудівного підприємства є підсистема постачання, збуту, виробнича підсистема, а обслуговуючими підсистемами – транспортна та складська. Для реалізації цілей та завдань логістичної системи підприємства впроваджується комплекс управлінських дій, який носить назву логістичне управління.

Загальна логіка організаційного процесу логістичного циклу представлена на рис. 1 [2, с. 68]. Дана схема відповідає концептуальним

положенням з організації логістичного управління, які розкривають принципи й послідовності організаційного процесу, доводять його стратегічну спрямованість й обов'язковість орієнтування на споживача в поєднанні зі спеціалізацією на ключових компетенціях, визначають особливості здійснення цілеспрямованого впливу на змінювані характеристики потокових процесів і розкривають моделі та регламенти управлінської діяльності, обґрунтовують зміну правил виділення суб'єкту й об'єктів управління з оглядом на особливості потокового представлення діяльності підприємства, відбивають послідовності й цикли керуючих впливів і зворотних зв'язків.

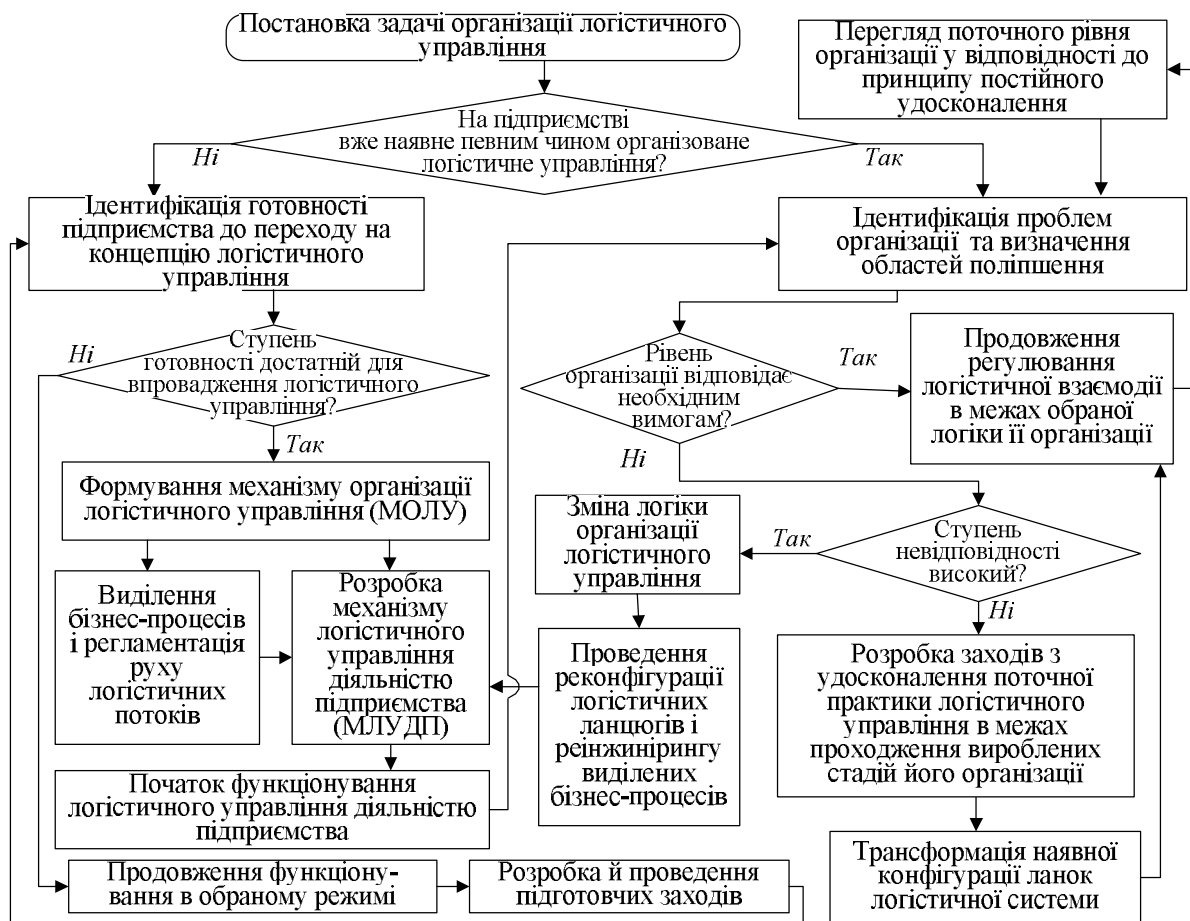


Рис. 1. Схема процесу організації логістичного управління діяльністю підприємства

Послідовне й ефективне об'єднання означених у розроблених концептуальних положеннях складових в єдиний процес дозволяє стверджувати про доречність й необхідність формування механізму логістичного управління діяльністю підприємства (МЛУДП). Даний механізм здійснюватиме цілеспрямований вплив на логістичні потоки й забезпечуватиме міжфункціональне координування бізнес-процесів підприємства. Сформований в роботі склад важелів впливу, розподілених між функціональними областями логістики та між технологічними (номенклатура, обсяг, інтервал, адресність) й економічними (витрати й доходи від здійснення операцій) характеристиками бізнес-процесів, фіксуватиме інструментальний рівень (методи розробки

управлінського впливу) МЛУДП. При цьому передбачено більше різноманіття прояву процесу організації логістичного управління, як відбору важелів та інструментів, відносно МЛУДП.

Орієнтування на виділені характеристики логістичного управління доводить необхідність створення ще й механізму організації логістичного управління (МОЛУ). Функціонування даного механізму забезпечує підготовку підприємства до впровадження принципів логістики та створення механізму логістичного управління його діяльністю. Детальне розкриття в роботі процесу функціонування МОЛУ (виділення стадій організаційного процесу, що підпорядковані спроможності підприємства до впровадження логістичного управління,) орієнтовано або на повну трансформацію (реінжиніринг) наявних систем, або на реалізацію принципу постійного вдосконалення процесів. Наявні розбіжності в тлумаченнях категорії "механізм", підкріплені проведенням семантичного аналізу змісту даної категорії, дозволили виділити структурні (об'єднання елементів), процесні (послідовність дій) й топологічні (склад субмеханізмів) складові МЛУДП, поєднання яких утворює його онтологічну архітектуру.

Таким чином, підґрунтям для підвищення ефективності управління підприємством є інтеграція різних функціональних областей його роботи в єдину керуючу систему, спрямовану на оптимізацію наскрізних логістичних потоків. Для забезпечення такої інтеграції запропоновано виділення двох механізмів: організації логістичного управління й логістичного управління діяльністю підприємства. Їх структурування підпорядковано розробленій концепції організації логістичного управління, яка поряд із визначенням інструментів і важелів управлінського впливу співвідносить їх із загальною системою менеджменту підприємства в континуумі "інтеграційний критерій – повне заміщення".

Оцінку ефективності конфігурування бізнес-процесів підприємства та визначення якості організації логістичного управління слід здійснювати через ідентифікацію логістичного потенціалу підприємства та його співставлення із загальним потенціалом підприємства та потенціалом функціональних областей логістики. Таке оцінювання можливе за допомогою технології розрахунку рівня розвитку логістичного потенціалу. Її основу складає поєднання кількісних та якісних характеристик, які визначаються експертним оцінюванням в рамках процедури нечіткого логічного висновку. Обмеження ж на розвиток логістичного потенціалу встановлено використанням методів таксономії.

Список використаних джерел:

1. Ларіна Р.Р., Рязанов А.В. Ефективність функціонування мікрологістичних систем: підходи та проблеми // ДонДУУ. – 2009. – №1 (35). – С. 120-126
2. Поспелов А. М. Формирование механизма логистического управления деятельностью предприятия / А. М. Поспелов // Бизнес-информ. – 2007. – №9. – С. 65-69.

*Рябоконт К., студентка групи 3 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

У процесі переходу України до ринкових умов господарювання та виходу з фінансової кризи зростає роль суб'єктів господарювання як основи та первинної ланки економіки. Функціонування підприємств значно впливає як на добробут власників, споживачів, так і на економічну ситуацію в країні шляхом поповнення державного бюджету сплатою податків, зборів, обов'язкових платежів. Все це неможливе без здійснення ними ефективної виробничої, маркетингової та фінансової діяльності.

Найважливішою фінансовою категорією, що відображає позитивний фінансовий результат господарської діяльності підприємства, характеризує ефективність виробництва і свідчить про обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості, є прибуток. Розмір отриманого прибутку має досить велике значення в діяльності підприємства. Величина прибутку підприємства впливає на формування фінансових ресурсів підприємства; збільшення ринкової вартості підприємства; ефективність виробничої діяльності підприємства; економічний розвиток держави. Отже, значна роль прибутку в розвитку підприємства і забезпеченні інтересів його власників та персоналу, а також держави визначають необхідність дослідження питань ефективного управління прибутком підприємств.

Значну увагу питанням формування та використання прибутку підприємств приділено в працях І.О. Бланка, М.Д. Білик, С.М. Баранцевої, Г.Г. Кірейціва, С.В. Мішиної, В.В. Худи та інших.

Розвиток економіки України пов'язаний з фінансовим станом суб'єктів господарювання, який у свою чергу залежить від ефективності їх діяльності. У таблиці 1 наведені дані динаміки розміру прибутку українських підприємств за видами економічної діяльності. Аналітичні дані таблиці 1 свідчать, що за останні три роки спостерігається позитивна динаміка розміру прибутку вітчизняних підприємств в абсолютному вимірі. Так, якщо в 2006 році прибуток всіх підприємств становив 110 648,6 млн. грн., то в 2008 році вони отримали прибуток у сумі 193 669,1 млн. грн., що на 75 % більше, ніж у 2006 році.

Найбільший розмір прибутку отримали підприємства у промисловості, торгівлі, а також підприємства, що займаються операціями з нерухомим майном, орендою, інжинірингом і наданням послуг підприємцям, фінансовою діяльністю та ремонтом автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку [6].

Значна роль прибутку в розвитку підприємства та забезпеченні інтересів його власників і працівників визначають необхідність ефективного і безперервного управління ним. Управління прибутком являє собою процес

розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [1].

Головною метою управління прибутком є визначення шляхів найбільш ефективного його формування та оптимального розподілу, що спрямовані на забезпечення розвитку діяльності підприємства та зростання його ринкової вартості.

Основними задачами управління формуванням прибутку підприємства є такі: забезпечення максимізації розміру прибутку, що формується, і який відповідає ресурсному потенціалу суб'єкта господарювання та ринковій кон'юнктурі; забезпечення оптимальної пропорційності між рівнем прибутку, що формується, та допустимим рівнем ризику; забезпечення високої якості прибутку, що формується; забезпечення постійного збільшення ринкової вартості підприємства; підтримка конкурентоспроможності у довгостроковому періоді; забезпечення ліквідності підприємства та його платоспроможності; підтримка інвестиційної привабливості. Політика управління формуванням прибутку підприємства повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання.

Стосовно політики управління розподілом прибутку підприємства, то вона повинна відображати основні вимоги загальної стратегії розвитку підприємства, забезпечувати підвищення його ринкової ціни, формувати необхідні обсяги інвестиційних ресурсів, забезпечувати матеріальні інтереси власників і працівників [2].

Система управління прибутком має бути органічно інтегрована із загальною системою управління підприємством, оскільки прийняття управлінських рішень у будь-якій сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень прибутку, який у свою чергу є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та зростання доходів його власників і працівників. Отже, підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості підприємства, зміцнення конкурентоспроможності вимагають застосування ефективних підходів до управління прибутком суб'єкта господарювання з метою його максимізації.

Основою для прийняття економічно обґрунтованих управлінських рішень, у зростанні прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава. На підприємствах приріст прибутку досягається не лише завдяки збільшенню трудового внеску колективу підприємства, а й за рахунок багатьох інших факторів. У зв'язку з цим, ефективне управління прибутком підприємства сфери надання послуг потребує виважених управлінських рішень, які можна прийняти на основу аналізу факторів, що на нього впливають та вірному

порядку його формування. Адже цей аналіз має важливе значення і для зовнішніх суб'єктів.

Список використаних джерел:

1. Бланк, И. А. Управление прибылью [Текст] / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 1998. – 544 с.
2. Блонська, В. І. Вдосконалення формування та використання прибутку підприємства [Текст] / В. І. Блонська, О. І. Вужинська // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – № 18.1. – С. 122–128.
3. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України від 17.09.2008 № 514-VI / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=514-17>.
4. Про господарські товариства [Електронний ресурс] : Закон України від 19.09.91 № 1576-XII / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1576-12>.
5. Про оподаткування прибутку підприємств [Електронний ресурс] : Закон України від 28.12.94 № 334/94-ВР / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=334%2F94-%E2%F0>.
6. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

УДК 331

*Срібна В.В., студентка групи 3 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

НЕОБХІДНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ РЕКРУТИНГУ ПРИ ПІДБОРІ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Поняття «рекрутинг» має декілька значень та може бути використане для пояснення залучення до чого-небудь. Наприклад, рекрутами називали молодих людей, які дали згоду на проходження військової служби. Щодо професійної діяльності поняття рекрутинг означає залучення людей до участі в конкурсі на заміщення вакантних посад.

Слід розрізняти поняття профорієнтація та рекрутинг. Так, якщо основним завданням професійної орієнтації є надання допомоги людині у професійному самовизначенні, тобто на перше місце ставляться інтереси конкретної людини, то при здійсненні рекрутингу на перше місце ставляться інтереси організації, яка потребує висококваліфікованому персоналі. Для того щоб забезпечити якісне комплектування організації персоналом, необхідно залучити до участі в конкурсі якомога більше людей. Найбільш оптимальним буде співвідношення 10:1, тобто десять осіб на одне вакантне місце, хоча таке співвідношення буває вкрай рідкісним.

До рекрутингу кадрові служби або психологи підприємства приступають після аналізу потреб організації в персоналі. Існує кілька способів проведення рекрутингу. Перший з них - залучити до цієї роботи сторонні організації, що спеціалізуються на наданні такого роду послуг. Наприклад, підприємство може звернутися за допомогою до комерційної консалтингової організації або до державних центрів зайнятості та підтримки населення. Як правило, в цьому

випадку організації-виконавцю надається інформація про потреби підприємства у фахівцях відповідних професій і кваліфікації. В цьому випадку всі відібрані сторонньою організацією кандидати направляються в кадрову службу організації замовника.

Іноді керівники організацій вважають, що якщо кандидата рекомендувала консалтингова організація, то він має необхідний переліком професійно важливих якостей і проводити професійний психологічний відбір не обов'язково. У більшості випадків така думка помилкова. В даний час консалтингових компаній, які реально займаються вивченням професійно важливих якостей і здатні прогнозувати ймовірність успішності професійної діяльності кандидата, практично немає. Тому більш доцільним представляється проведення заходів ППО фахівцями тієї організації, якій потрібні нові співробітники.

Рекрутинг може проводити саме підприємство. У цьому випадку джерелами рекрутингу можуть бути: Інтернет (онлайн-служби пошуку роботи); рекламні оголошення про вакансії, що публікуються в газетах, використання можливостей співробітників, що вже працюють в організації, та ін.

Сьогодні Інтернет став невід'ємною частиною об'єктивної реальності, тому використання його для залучення до участі в конкурсі кваліфікованих фахівців цілком обґрунтовано. Наприклад, за допомогою пошукової системи Яндекс, вказавши в рядку пошуку Шукаю роботу, можна отримати посилання більш ніж на 3 тис. сайтів, а перелік окремих сторінок буде ще більше - близько 7 млн.

Щомісяця тільки Яндекс такий запит надходить більше 160 тис. разів. Ось чому для організації яка шукає висококваліфікованих фахівців, використання Інтернету навіть більш переважно, ніж пошук через газетні оголошення. Практика показує, що до ресурсів Інтернету найчастіше звертаються саме висококваліфіковані фахівці.

Яким чином кадрові служби (психологи) можуть використовувати Інтернет при відборі персоналу? По-перше, за допомогою пошукових систем Інтернету можна визначити перелік людей, що шукають роботу та відповідних за своїми якостями та рівнем професійної підготовки вимогам, які пред'являються організацією до майбутнім співробітникам. Після цього всім можливим кандидатам направляються електронні листи з пропозицією взяти участь у конкурсі на заміщення вакантних посад

По-друге, організація може створити свій власний сайт, на якому буде розміщена інформація і про наявність вакансій. Далі інформація про сайті з використанням спеціальних інтернет-технологій може бути надана пошуковим системам, які включатимуть сайт (на основі ключових слів і фраз) в перелік організацій, які надають роботу.

Слід зазначити, що іноді керівники організацій вдаються до послуг приватних осіб і інтернет - організацій, що займаються електронними розсилками, відомими як спам. Такі дії адміністрації є недоцільні-ми. Це обумовлено цілою низкою чинників. Так, в даний час більшість провайдерів та

організацій, що надають можливість безкоштовно електронні поштові скриньки, встановлюють на своїх серверах спеціалізованого програмного забезпечення, фільтруючі поштові повідомлення і відтинають спам. Однак навіть якщо поштова розсилка дійде до кінцевого користувачі »імовірність того, що вона буде прочитана, вкрай мала. Згідно зі статистичними даними, лише 10% користувачів проглядають кореспонденцію рекламного характеру.

Газетні оголошення - ще один спосіб залучення фахівців до участі в конкурсі на заміщення вакантних посад. При цьому надається інформація в порівнянні з персональними електронними листами, відіслані конкретним особам, має менш цільовий характер. У цьому випадку дуже висока ймовірність того, що серед осіб, які виявили бажання взяти участь у конкурсі, буде високий відсоток тих, хто звернувся випадково, тобто не володіють тими якостями, які необхідні для успішної діяльності.

Досить ефективним є спосіб, заснований на поширенні серед працюючих на підприємстві співробітників інформації про те, що проводиться додатковий набір. Причому особливо ефективно це буде відносно тих організацій, де заробітна плата досить висока, а умови роботи дуже привабливі. У цьому випадку існує певна ймовірність, що працюють на підприємстві самі будуть виступати в ролі рекламних агентів.

Існує ще один спосіб залучення людей до участі в конкурсі. Він дуже поширений в західних країнах і все частіше зустрічається в Росії. Суть цього способу полягає в проведенні рекламно-інформаційних акцій в місцях масового проживання студентів (на Заході - в кампусах).

Слід зазначити, що незалежно від того, який спосіб залучення нових фахівців в організацію був використаний, на певному етапі майбутній кандидат на заміщення вакантної посади буде безпосередньо контактувати з офіційним представником або посадовою особою даної організації. Цей контакт може відбутися як очне індивідуальну співбесіду або телефонний дзвінок. Саме після цього людина приймає рішення брати участь або не брати участь в конкурсі на заміщення вакантних посад. По-цьому дуже багато залежить від того, як веде себе на співбесіді рекрутер або інша посадова особа організації.

Найчастіше результати рекрутингу досягаються, якщо рекрутер надає повну інформацію про майбутню роботу. Якщо рекрутер йде від прямих відповідей на поставлені питання, то, швидше за все, людина відмовиться від участі в конкурсі. Як негативний буде сприйнято і неувага до особистості потенційного працівника. Люди досить рідко погоджуються працювати там, де відчувають погане ставлення до себе.

При прийнятті рішення про те, як проводити рекрутинг, завжди виходять з того, яка кількість людей планується реально залучити до участі в конкурсі та представники яких спеціальностей і кваліфікації необхідні підприємству. Якщо мова йде про висококваліфікованих фахівців рідкісних професій, то навряд чи слід пред'являти надмірно жорсткі вимоги до можливих кандидатів. У цьому випадку більш доцільно використовувати Інтернет і залучити до поширення рекламної інформації вже працюють в організації співробітників. Якщо ж мова йде про масові спеціальностях, то можна використовувати і газетні

оголошення, особливо в спеціалізованих виданнях («Вакансії», «Робота», «Шанс» і т. п.). Однак у кожному випадку необхідно залучити до навчаючи в конкурсі якомога більше людей, оскільки, чим більше кандидатів, тим вище ймовірність успішного вибору. Завершенням роботи з рекрутингу фахівців слід вважати складання списку кандидатів на заміщення вакантних посад. Далі на підставі цього списку проводяться заходи професійного психологічного відбору.

УДК 331.65

*Тесленко А.І., студентка групи б МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

МІСЦЕ КОНТРОЛІНГУ В ОРГАНІЗАЦІЙНІЙ СТРУКТУРІ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з причин виникнення кризової ситуації на багатьох українських підприємствах є низький рівень менеджменту. Саме некваліфіковані та помилкові дії керівництва привели велику кількість суб'єктів господарювання на межу банкрутства. Істотним фактором, який зумовлює прийняття неправильних управлінських рішень, є відсутність на вітчизняних підприємствах ефективної системи контролінгу.

Поняття «контролінг» походить від англійського «to control», яке в економічному розумінні означає управління, спостереження, контроль. У деяких літературних джерелах під поняттям «контролінг» розуміють виключно контроль або управлінський облік (managerial accounting). Таке тлумачення контролінгу є неповним, оскільки і контроль, і управлінський облік є лише окремими функціями контролінгу [1].

Контролінг як система підтримки управлінських рішень був уперше запроваджений на підприємствах у США наприкінці XIX — на початку XX століття. Спочатку контролінг був сконцентрований переважно на фінансових питаннях (фінансовий контролінг) і розглядався виключно як функціональний блок фінансового менеджменту. З часом сфера компетенцій контролера поступово поширювалася на маркетинг, постачання, виробництво. У континентальній Європі контролінг активно почав впроваджуватися починаючи з 70-х років XX ст. Сьогодні служби контролінгу функціонують практично на всіх великих та на більшості середніх підприємств.

Більшість фахівців з управління підприємством під контролінгом розуміють функціональну систему планування, контролю, аналізу відхилень, координації, внутрішнього консалтингу та загального інформаційного забезпечення керівництва підприємством. Інакше кажучи, 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.

Підкреслимо, що 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. В магістерській роботі ми приділили більшу увагу саме питанням, пов'язаним з організацією та функціонуванням фінансового контролінгу, хоча більшість методів та інструментів, які будуть охарактеризовані, є універсальними і можуть бути використані в інших секторах контролінгу [2].

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. Враховуючи коло функцій і завдань, які виконує контролінг, на нашу думку, відділ контролінгу повинен бути включений у структуру фінансово-економічних служб підприємства, які підпорядковуються фінансовому директору. В Європі досить часто керівник фінансово-економічного відділу, в компетенції якого перебувають фінанси, бухгалтерія, виробничий облік і калькулювання, виконує одночасно функції контролера і фінансиста. На американських же фірмах ці функції, як правило, розділені.

Фінансовий контролінг зорієнтований на функціональну підтримку фінансового менеджменту, що 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. У класичному розумінні головним завданням діяльності контролера на американських підприємствах є управління прибутком за допомогою бюджетування.

В основі нової концепції системного управління організацією лежить прагнення забезпечити успішне функціонування організаційної системи (підприємства, торгові фірми, банки й ін.) у довгостроковій перспективі шляхом:

- адаптації стратегічних цілей до розумів зовнішнього середовища, що змінюються;
- узгодження оперативних планів зі стратегічним планом розвитку організаційної системи;
- координації й інтеграції оперативних планів по різних бізнес-процесах;
- створення системи забезпечення менеджерів інформацією для різних рівнів управління в оптимальні проміжки години;

- створення системи контролю над виконанням планів, корегування їх змісту і термінів реалізації;
- адаптації організаційної структури управління підприємством з метою підвищення її гнучкості і здібності швидко реагувати на мінливі вимоги зовнішнього середовища. Однією з головних причин виникнення і впровадження концепції контролінгу стала необхідність у системній інтеграції різних аспектів управління бізнес-процесами в організаційній системі. Контролінг забезпечує методичну базу для підтримки основних функцій менеджменту: планування, контролю, обліку й аналізу, а також оцінки ситуації для прийняття управлінських рішень [3].

Варто підкреслити, що контролінг - це не та система, що автоматично забезпечує успіх підприємства, звільняючи менеджерів від функцій управління. Вузловими компонентами концепції контролінгу є:

- орієнтація на ефективну роботу організації у відносно довгостроковій перспективі - філософія прибутковості;
- формування організаційної структури, орієнтованої на досягнення стратегічних і тактичних цілей;
- створення інформаційної системи, адекватної задачам цільового управління;
- розбивка задач контролінгу на циклі, що забезпечує інтерактивність планування, контролю виконання і прийняття коригувальних рішень.

Отже, сьогодні не існує однозначного визначення поняття "контролінг", але практично ніхто не заперечує, що це нова концепція управління, породжена практикою сучасного менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Крамаренко Г.О. Фінансовий аналіз і планування - К.: Центр навчальної літератури, 2003 - 224 с.
2. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навчальний посібник - К.: КНЕУ, 2003 - 554 с.
3. Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Подерьогін. 3-тє вид., перероб. та доп. - К.: КНЕУ, 2000. - 460 с.

УДК 65.012.123

Тропін А.О., студент групи 5 МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В Україні відбуваються істотні зміни в управлінні виробництвом, переглядаються процеси прийняття управлінських рішень. Ускладнення проблем, які стоять перед керівником у всіх сферах його діяльності, призводить до підвищення відповідальності за рівень господарювання у конкурентному середовищі і пошуку раціональніших підходів щодо прийняття управлінських рішень. Прийняття рішень є невід'ємною частиною щоденної роботи керівника.

Управлінське рішення є результатом розумово-психологічної, творчої діяльності керівника, продуктом управлінської праці, а його прийняття – це процес, котрий зумовлює появу цього продукту. Вироблення раціональних рішень є сферою управлінського мистецтва, оскільки полягає у виборі правильних методів і прийомів, які у конкретній ситуації мають найбільший потенціал впливу. Прийняття рішень є найголовнішим оцінювальним критерієм здібностей, умінь і навичок керівника. Від їх зумовленості значною мірою залежать результати діяльності організації [1].

Управлінські рішення безпосередньо пов'язані, із одного боку, із необхідністю підвищення конкурентоспроможності товарів, підприємства, галузі, країни, а, з іншого, — з розробкою нових механізмів, що забезпечують формування ринкового конкурентного середовища. Для вітчизняних підприємств, що на сучасному етапі суттєво відстають від зарубіжних виробників за потенціалом та якістю продукції, ефективності виробництва та управління, з погляду їх стабілізації та подальшого забезпечення успішної діяльності розвитку механізмів управлінських рішень, що сприяють підвищенню конкурентоспроможності, є нагальною потребою сьогодення.

На сьогодні існує чимала кількість опублікованих робіт, присвячених вивченню процесу прийнятті управлінських рішень, серед яких праці вітчизняних та зарубіжних вчених: Ф.Ф. Аунапу, В.І. Варфоломєєва, Е.І. Вілкаса, В.В. Глуценка, Л.Г. Євланова, О.І. Ларичева, Б.Г. Литвака, Л. Планкетта, Е.А. Смірнова, Р.А. Фатхутдінова, С.В. Чудновської, В.С. Юкаєвої та ін. Зокрема питання методів та технології розробки управлінських рішень досліджені в працях К.В. Балдіна, В.І. Варфоломєєва, С.М. Воробйова, Е.П. Істоміна та ін [2].

Технологія прийняття рішень передбачає певну послідовність управлінських операцій і процедур. Це діагностика проблеми; визначення можливих способів її розв'язання; оцінювання варіантів; вибір найвигіднішого варіанта [3].

1. Методи вивчення проблеми (діагностування). Передбачає застосування методів, що дають змогу достовірно і повно описати проблему і виявити чинники, що призвели до неї. Важливе місце належить методам накопичення, оброблення та аналізу інформації, факторного аналізу, порівняння, аналогії тощо. Вибір методів залежить від характеру та змісту проблеми, термінів і коштів, виділених для її вивчення. Зокрема, значного поширення набули дві групи методів: методи економічного аналізу та прогнозування, їх застосовують з метою об'єктивного оцінювання поточного стану фірми і передбачення «що буде далі, якщо нічого не змінювати». Ці методи опираються на статистичний матеріал минулих періодів у певній сфері діяльності.

2. Методи економічного аналізу. Ґрунтуються на вивченні аналітичних залежностей, що визначають співвідношення між умовами і результатами вирішення задачі, поданих у вигляді формул, графіків, діаграм (наприклад, залежність між ціною на товар та попитом на нього; залежність рівня продуктивності праці від кваліфікації персоналу або рівня оплати праці тощо). Кожен керівник має набір таких залежностей, які він вивів на основі власних

спостережень чи отримав у процесі навчання. Знання сталих аналітичних залежностей дає змогу менеджеру швидко прийняти правильне рішення.

До основних методів прийняття управлінських рішень належать: матричний, теорії ігор, дерево рішень, аналітично-систематизаційний, ділових ігор, груповий тощо [3].

3. Евристичні методи. Це сукупність логічних прийомів, методичних правил дослідження, пошуку істини, способів реалізації творчого потенціалу особистості. Ці методи активізують та інтегрують мислення, знання, ерудицію, творчі начала, фантазію особистості, тому їх називають активізуючими. Вони можуть бути індивідуальними або груповими.

Індивідуальні евристичні методи. До них відносять методи ключових запитань, інверсії, ідеалізації, вільних асоціацій, морфологічного аналізу тощо[3].

Процес прийняття управлінських рішень досить складний і багатогранний, а також залежить від кваліфікації керівника, його стилю керівництва, ситуації, культури організації та ін.

Технологія прийняття і реалізації управлінського рішення на підприємстві передбачає такі етапи: підготовку, прийняття, реалізацію рішення.

1. Етап підготовки — проведення економічного аналізу ситуації на мікро- і макрорівні; охоплює пошук, накопичення, опрацювання інформації, виявлення і формулювання проблем, що потребують вирішення та ретельного вивчення чинників, що їх обумовили.

2. Етап прийняття — охоплює розроблення й оцінювання альтернативних рішень, визначення критеріїв вибору оптимального рішення, вибір і прийняття рішення. У межах існуючих ресурсних чи інституційних обмежень з розроблених рішень вибирають те, що відповідає обумовленим критеріям вирішення проблеми. Кількість запропонованих для вирішення проблеми варіантів залежить від наявних ресурсів, часу, інформації, необхідної для обґрунтування рішення тощо [4].

Таким чином, сучасна наука пропонує широкий вибір форм, методів та прийомів реалізації управлінських рішень у різноманітних умовах. Завдання, яке стоїть перед відповідальним за прийняття остаточного рішення, передбачає максимальне врахування особливостей середовища, забезпечення дотримання принципів та створення необхідних умов для успішної реалізації прийнятого рішення.

Технологія прийняття рішень передбачає певну послідовність управлінських операцій і процедур. Це діагностика проблеми; визначення можливих способів її розв'язання; оцінювання варіантів; вибір найвигіднішого варіанта. Якість управлінського рішення є дуже важливою теоретичною і практичною проблемою. Поліпшення якості рішень досягається в наслідок застосування наукових інструментів та методів.

До основних методів прийняття управлінських рішень належать: матричний, теорії ігор, дерево рішень, аналітично-систематизаційний, ділових ігор, груповий тощо. До вибору методу прийняття управлінських рішень

необхідно підходити творчо, залежно від обставин, наявних ресурсів, термінів, виду проблеми тощо. Потрібно експериментувати, комбінувати різні методи.

Список використаних джерел:

1. Мала Н.Т., Проник І.С. Мистецтво прийняття управлінського рішення / Н.Т. Мала, І.С. Проник // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.14 – С. 345-351
2. Теліна В. Ю. Сучасні підходи до розробки та прийняття управлінських рішень в умовах ринкової системи господарювання / В. Ю. Теліна // Економічний вісник Донбасу – 2011 - № 1 (23) – С. 132-134
3. Виноградський М.Д. Організація праці менеджера : навч. посібн. [для студ. екон. ВНЗів] / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова. – К. : Вид-во "Кондор", 2003. – 414с.
4. Стадник В. В. Менеджмент / В. В. Стадник, М. А. Йохна. — К. : Академвидав, 2003. — 464 с.

УДК 658.5

*Шаповал Ю.О., студентка групи 5 МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Досвід організації підприємництва свідчить, що удосконалення планування діяльності підприємства набуває все більшого значення у зв'язку зі швидкими змінами в середовищі функціонування підприємства. Багато з припущень, якими орієнтується керівник, відносяться до умов майбутнього, над якими він не має ніякого контролю. Однак ці припущення необхідні для багатьох операцій планування. Отже, чим точніше керівництво фірми зможе передбачити зовнішні і внутрішні умови майбутнього, тим вище ймовірність досягнення запланованих результатів. Так як будь-яке управлінське рішення за своєю суттю є плановим, тому планування створює фундаментальну основу підприємницької діяльності у будь-якій сфері. Планування розвитку діяльності підприємства передбачає визначення факторів, що впливають на структуру і обсяг попиту, динаміку його змін в минулому і майбутньому. Роль планування у підприємницькій діяльності нерозривно пов'язана з роллю прийняття рішень, а прийняття управлінських рішень – вузлова процедура циклу управління в діяльності підприємців та менеджерів усіх рівнів.

Планування є основною ланкою та організаційним потоком всього процесу управління підприємством. Тому процес планування на підприємстві повинен бути організований таким чином, щоб забезпечити якість розроблених планів та ефективність від їх виконання. При цьому роль та участь окремих категорій персоналу може бути різною.

Функції вищого керівництва – це розробка стратегії та обґрунтування цілей, вибір основних способів їх досягнення, визначення методів та технології розробки планів. Керівники нижчих рівнів (підрозділів, цехів, дільниць та ін.), фахівці планових служб розробляють стратегічні та поточні плани. При цьому вони здійснюють аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища

підприємства, визначають планові завдання, розраховують потребу в ресурсах для їх виконання. Керівники планових служб виконують загальноуправлінські, методологічні та інші функції щодо планової діяльності підприємства, а також разом з вищим керівництвом приймають участь у розробці стратегій підприємства, обґрунтуванні цілей, створенні нормативної бази, аналізі та оцінці планових та фактичних результатів діяльності щодо виконання планів.

Розробка та виконання плану повинні бути для господарюючого суб'єкту не самоціллю, а засобом забезпечення ефективної роботи.

Отже, планування відіграє важливу роль в системі управління підприємством, тому що:

1) воно є організаційним важелем його ефективної діяльності, дає певні переваги в процесі господарювання, а саме сприяє розв'язанню проблем, координації дій, раціональному розподілу ресурсів;

2) за його допомогою забезпечується спрямування всього персоналу на реалізацію цілей підприємства.

Планування охоплює всі напрями та етапи діяльності підприємства. Під час планування визначають засоби досягнення цілей і потребу в матеріально-технічних, трудових та фінансових ресурсах; часові орієнтири виконання робіт, терміни постачання сировини та обладнання.

Об'єктом планування на підприємстві є всі напрями його діяльності: маркетингова, інноваційна, комерційна, економічна, соціальна, виробнича.

Отже, закінчуючи з'ясування важливості планування в системі управління підприємством, необхідно зазначити, що добре збалансований план до розробки й оцінки якого залучається велика кількість компетентних фахівців, дає чудові результати негайно, ще до його впровадження. Відразу ж вимальовуються щирі можливості організації, її резерви й слабкі місця, етапи майбутнього шляху й сама мета, стратегія колективу. Обґрунтовано складений план є мотивованим стимулом праці колективу, створює впевненість у причетності до досягнення цілей у більшості працівників та в підприємства в цілому.

До найважливіших напрямків підвищення якості планування в сучасних умовах необхідно, на наш погляд, віднести такі, як удосконалення методології, розвиток нормативної бази, зростання професіоналізму персоналу, застосування комп'ютерної техніки, стимулювання розробників і виконавців планів.

Основний напрямок вдосконалення методології планування, полягає в підвищенні точності порівняння витрат і результатів майбутньої виробничої діяльності при найбільш повному обліку взаємодії системи ринкових факторів. Для якісного планування потрібні такі вимірники, які допомагають визначати не тільки високі кінцеві результати, але й ті граничні нижні й верхні показники, які в діючих умовах не слід переступати. В якості таких вимірників, що сприяють максимізації прибутку на вітчизняних підприємствах, можуть бути взяті показники граничного доходу, валової виручки.

Підвищення якості внутрішньофірмового планування на основі вдосконалення методології вимірювання витрат і результатів припускає широке

застосування прогресивних нормативів витрачання економічних ресурсів на виробництво продукції, товарів і послуг. Таких нормативів, відповідних новим ринковим вимогам, на наших підприємствах поки що немає і, мабуть, при нинішній практиці довго ще не буде. Пояснюється це тим, що у вітчизняній економіці всі нормативи задавалися переважно централізованим способом. Економити обмежені виробничі ресурси керівники, фахівці та виконавці не тільки не вміють, але і не навчаються. Більш того, ринкова свобода вже привела до створення вкрай високих вартісних нормативів на більшість видів матеріальних та енергетичних ресурсів, які в свою чергу не могли не призвести до майже повної відсутності нормативів оборотних коштів на наших підприємствах і відповідному зниженню платоспроможності. Усунути ці недоліки економістам-менеджерам поки не вдається. Саме через відсутність належної нормативної бази, як підтверджує практика, не працюють у нас і основні закони ринкової економіки, не вдається вільне регулювання виробництва і споживання, багато питань ринку вирішуються за допомогою тривалих економічних експериментів або, простіше кажучи, шляхом чергових проб і помилок.

У цих умовах висувається на перший план необхідність вдосконалення всієї нормативної бази і створення цілісної системи економічних нормативів або індикаторів, здатних стати тією «невидимою рукою», яка на зарубіжному ринку досить успішно регулює виробництво і справедливо розподіляє доходи. Таку регулюючу роль на світовому ринку здійснюють рівноважні, або збалансовані, ціни на ресурси, товари і послуги. Подібні ринкові ціни повинні діяти і в українській економіці. Це стосується перш за все ціни робочої сили, яка у нас нижче в кілька разів, ніж у багатьох ринкових країнах.

Удосконалення методології та нормативної бази внутрішньофірмового планування передбачає підвищення професійного рівня економістів-менеджерів. Фахівці повинні володіти теорією внутрішньофірмового ринкового планування та необхідними практичними навичками, що може стати в подальшому свого роду науковою та методичною основою формування у кожного працівника стійких професійних вмінь і творчих здібностей до виконання планової діяльності. Це також має передбачати поліпшення не тільки теоретичною, але й практичної підготовки молодих економістів-менеджерів. Тому в умовах ринку у підготовці висококваліфікованих спеціалістів повинні бути зацікавлені всі взаємопов'язані учасники: нинішній студент і його викладачі, а також майбутній фахівець і його керівники. Проте до теперішнього часу поки що немає зацікавлених взаємин у підготовці економістів між вищою школою і виробничими фірмами.

Удосконалювання внутрішньофірмового планування в сучасних умовах ґрунтується на тісній взаємодії наукових, методичних, виробничих і людських чинників. Цей процес вдосконалення планів і зростання результатів має бути не тільки безперервним, але і нескінченним для всіх його учасників. Він викликаний появою і дією нових ринкових вимог до фахівців у всіх сферах людської діяльності. Нові потреби ринку є основним регулятором

вдосконалення трудової діяльності всіх категорій персоналу, включаючи і сферу внутрішньофірмового планування.

Отже, удосконалення планування повинне стати на всіх підприємствах основою підвищення ефективності виробництва і рівня доходів персоналу і слугувати важливим засобом досягнення головних економічних і соціальних цілей розвитку кожної людини і всіх великих і малих корпорацій і фірм.

Список використаних джерел:

1. Декалюк О.В. Роль планування в управлінні операційними системами виробничого підприємства/ О.В. Дека люк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. - № 17. – С. 30-35.

УДК 337

*Юхименко В.С., студентка групи 3 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., проф., завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ ОРГАНІЗАЦІЇ В ПЕРСОНАЛІ

Не викликає сумніву, що будь-яка організація потребує висококваліфікований персонал. Однак потреби в персоналі в різних організаціях різні. Значною мірою ці відмінності визначаються специфікою організації, рівнем її розвитку, а також її масштабами. Разом з тим причини, які спонукають керівництво організації зайнятися пошуком персоналу, в більшості випадків однакові. До таких основних причин відносяться:

- збільшення масштабів виробництва або відкриття нового виробництва;
- впровадження на підприємстві нових технологій, що вимагають наявності нових фахівців певних професій та відповідної кваліфікації;
- висока плінність кадрів;
- інші причини.

Збільшення масштабів виробництва або відкриття нового виробництва. В даному випадку перед кадровою службою або психологом підприємства (в даний час на деяких підприємствах кадрова служба формується з осіб, які мають психологічну освіту, а на інших підприємствах психолог або психологічна служба є окремим підрозділом) виникає проблема забезпечення якісного комплектування персоналом при масовому прийомі на роботу. У цьому випадку дії відповідних посадових осіб, відповідальних за вирішення даної проблеми, відбуваються в певній послідовності.

Насамперед необхідно отримати інформацію про те, скільки створюється нових робочих місць і спеціалісти яких професій знадобляться. Крім цього, визначаються вимоги, пред'являються до рівня освіти кандидатів, наявності у них досвіду роботи і т. д. При цьому всі професії, яких потребує підприємство, слід якимось чином класифікувати. В даному випадку доцільно використовувати (або розробляти самостійно) класифікацію за принципом провідної діяльності. Перевага подібної класифікації полягає у тому, що при здійсненні рекрутингу персоналу необхідно оперувати інформацією про

діяльність, якій належить займатися ймовірним кандидатам на заміщення вакантних посад.

Крім цього, бажано отримати хоча б загальне уявлення про те, що саме входить в обов'язки майбутніх співробітників, у яких умовах їм доведеться працювати, про передбачувану зарплаті, можливості службового росту, підвищення професійної кваліфікації та ін. Ця інформація буде потрібно фахівцям кадрових служб для проведення рекрутингу при співбесіді з можливими кандидатами на заміщення вакантних посад. Коли вся необхідна інформація отримана, попередньо визначається перелік психологічних методик (або вже розроблених систем професійного психологічного відбору), які можуть бути використані при відборі персоналу.

Впровадження на підприємстві нових технологій, що вимагають наявності нових фахівців певних професій та відповідної кваліфікації. Діяльність кадрових служб або психолога організації буде відрізнятися від попередньої ситуації. Це пов'язано, по-перше, з тим, що ускладнюється процес визначення вимог, які слід пред'являти до кандидатів на заміщення вакантних посад, оскільки впровадження нових технологій завжди зв'язане з відсутністю повної інформації про характер діяльності персоналу в умовах, що змінилися; по-друге, з тим, що послідовність дій фахівців кадрових служб в даному випадку визначається ситуацією, в якій проходить впровадження нових технологій. Варіантів цієї ситуації може бути два: впроваджені на конкретному підприємстві нові технології раніше вже впроваджувалися на інших підприємствах; нові технології впроваджуються вперше - раніше їх ніхто ще не використовував.

При першому варіанті існує певна можливість отримати інформацію про вимоги, які будуть пред'являтися до представників нових для підприємств професій на основі аналізу літератури та інших інформаційних джерел. Наприклад, у вельми рідкісних випадках джерелом інформації можуть бути фахівці тих підприємств, на яких ці технології вже впроваджені. Злодій другому варіанті джерела інформації взагалі відсутні, тому вимоги до представників нових спеціальностей визначаються методом аналізу впроваджуваної технології та моделюванням майбутньої професійної діяльності. При цьому вихідною точкою аналізу можуть служити професіограми суміжних професій.

Після визначення переліку професійно важливих якостей, якими повинні володіти фахівці, розробляється система професійного психологічного відбору кандидатів на заміщення технологічно нових посад. Лише після цього можна судити про потребу підприємства в нових фахівцях. Цілком можливо, що частина працюючих на момент реорганізації підприємства співробітників володіють необхідними ПВК. Тому деяка кількість вакантних місць може бути заповнене за рахунок тих, чиї робочі місця були скорочені в процесі реорганізації. Таким чином, при впровадженні нових технологій спочатку визначаються внутрішні ресурси підприємства (можливість переведення на нові робочі місця вже працюючих на підприємстві співробітників), а потім -

кількість-вакантних місць, які належить заповнити за рахунок нових співробітників.

Слід зазначити, що в деяких випадках керівництво організацій, особливо комерційних, при реорганізації виробництва на основі впровадження нових технологій воліє звільнити старих і найняти на роботу нових фахівців, що з точки зору організаційної психології не зовсім вірно. Подібні дії адміністрації підприємства можуть викликати ускладнення при наборі нового персоналу. Відомо, що більшість працездатного населення розвинутих країн воліє мати постійну роботу. Тому людина, що надходить на роботу, розуміє: якщо керівництво так легко розлучається зі співробітниками організації, то немає ніяких гарантій що це не повториться.

Висока плинність кадрів. З точки зору економіки плинність кадрів - це перш за все втрачений прибуток і зниження продуктивності праці, оскільки збільшуються витрати на навчання нових співробітників. До новачків досить часто прикріплюють досвідчених фахівців. В результаті висококваліфіковані співробітники значний час витрачають на контроль за діяльністю новачків та їх навчання, при цьому їх власна продуктивність праці знижується. Крім цього, плинність кадрів погіршує моральний клімат у колективі, що перешкоджає створенню єдиної команди.

В даний час прийнято говорити про природний рівень плинності і надмірний (високий). На думку більшості фахівців, природний рівень плинності становить 3-5% на рік від чисельності персоналу. У разі якщо цей рівень перевищує 5%, то це свідчить про високу плинність кадрів. При цьому співробітникам кадрової служби або психологу організації належить відповісти на два питання: 1) які співробітники йдуть з організації, 2) які причини плинності кадрів.

Звичайно, в першу чергу слід з'ясувати, які співробітники йдуть, а які залишаються. У більшості організацій існує розподіл співробітників на ключових (як правило, працюють на найвідповідальніших ділянках) і допоміжних. Якщо йдуть ключові співробітники, то це свідчить про кризу організації. В даному випадку набором нових співробітників проблему не вирішити. Ймовірно, у проведенні внутрішньої політики підприємства є серйозні проблеми. У даній ситуації дії психолога організації можуть будуватися за таким алгоритмом:

- визначаються внутрішні резерви організації щодо можливості заміни вакантних ключових посад за рахунок співробітників, що виконують другорядні завдання;
- визначається потреба в ключових співробітників, які слід найняти на роботу, і потреба в працівниках для заміщення другорядних посад, які звільняться внаслідок переміщенні частини фахівців на ключові посади.

У разі якщо висока плинність кадрів відзначається серед співробітників, що займають другорядні посади, то зазвичай визначається середньорічна величина «убутку» персоналу. У деяких випадках будується сезонний графік плинності персоналу. У ряді випадків для невдоволення є об'єктивні причини, але іноді вони обумовлені і суб'єктивними чинниками. Тому перш за все

рекомендується провести моніторинг рівня заробітної плати у місті для працівників даної спеціальності і зіставити її з заробітної платою на конкретному підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Маклаков А.Г. Профессиональный психологический отбор персонала. Теория и практика: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2008. – 480 с.

УДК 338

*Янішевський Р.І. студент групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Дроботова М.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

РОЛЬ НЕФОРМАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ

У підприємницькій діяльності використовуються різні засоби, види і форми комунікації. Завдання полягає в тому, щоб насамперед вміло використати різноманітні види комунікації. Характер комунікаційної системи будь-якої організації у великій мірі залежить від типу структурних систем, що використовуються для побудови управлінської системи. Структуру прийнято зображувати позиціями (окремі особи, організації, структурні підрозділи, технічне обладнання та ін.) і зв'язками між ними. Основні типи структурних схем наступні: лінійна, кільцева, сотова, багатозв'язкова, типу "колесо", ієрархічна, зіркова тощо.

Крім офіційних (формальних) комунікацій, у менеджменті важливу роль відіграють неформальні (неофіційні) комунікації. У підприємницькій діяльності неформальні комунікації неминучі та мають різноманітний характер. На практиці офіційні структури та офіційні комунікації - це лише частина айсберга, що видніється над водою. Чимало питань розглядаються і вирішуються неформально групами, що не наділені офіційними повноваженнями і які створені на базі дружніх відносин, старих шкільних зв'язків, приналежності до однієї партії, національного походження, релігії та інших загальних інтересів.

Керівники всіх рівнів часто підтримують ділові зв'язки з однією або декількома неофіційними групами всередині або за межами організації, іноді ділять свою владу з неофіційним "кухонним кабінетом". Природним джерелом неофіційних відносин є поліархія, що характеризує взаємовідносини між різними партіями або групами, а також різні чутки: про скорочення штатів, переміщення кадрів випровадження на пенсію, чвари між керівником та заступниками тощо [2].

Для розвитку неформальних комунікацій можуть з успіхом використовуватися неофіційні правила і ритуали, система ящиків для пропозицій, яка сприяє вільному потоку новаторських різних рівнів. У цьому руслі можуть діяти спеціальні комісії для розгляду скарг, "дні відкритих дверей", різні збори і наради.

При дослідженні комунікацій у залежності від рольової участі окремих

осіб часто виділяють "сторожів", "зв'язкових" (їх ще називають "містками"), "лідерів думки" (це, скоріш усього, неформальні, ніж формальні лідери), "космополітів" (індивіди, що частіше за інших взаємодіють із зовнішнім середовищем) [1].

За всіх умов неформальні комунікації забезпечують певну надмірність у всіх елементах інформації для досягнення гнучкості цієї системи. І все-таки ефективний менеджмент передбачає ситуацію, за якої основна частина задач організації повинна вирішуватися в результаті використання офіційних зв'язків і відносин. Переважання неофіційних комунікацій у системі управління призводить до високого ступеня невизначеності і часто свідчить про її недосконалість.

Для менеджера доступними є два типи комунікацій: формальні та неформальні. Формальні комунікації - передбачені організаційною структурою. Схема організаційної структури є ілюстрацією "проходження інформації каналами". Формальні комунікації поділяються на вертикальні, горизонтальні та діагональні. До вертикальних комунікацій належать комунікації зверху вниз і знизу вгору.

Комунікації зверху вниз вирішують п'ять основних завдань:

- ознайомлення працівників з цілями організації для усвідомлення ними важливості виконуваної роботи;
- викладення конкретних інструкцій щодо виконання робіт;
- забезпечення розуміння роботи та її зв'язку з іншими завданнями організації;
- надання інформації про процедури і методи виконання роботи;
- забезпечення підлеглих інформацією зворотного зв'язку про результати діяльності організації.

Отже, комунікації зверху вниз допомагають пов'язувати різні рівні організації, координувати їх діяльність. Поряд з тим комунікації зверху вниз мають певні недоліки:

- створення передумов для формування авторитарної системи;
- значне завантаження підлеглих;
- постійні втрати інформації внаслідок викривлень, помилкової інтерпретації.

Один з методів подолання цих проблем - організація потоків інформації знизу вгору, тобто налагодження ефективного зворотного зв'язку. Цими каналами передається інформація від підлеглих до керівників, хоча не всі менеджери приділяють достатньо уваги організації такого типу інформаційних потоків. Результати спеціального дослідження ефективності комунікацій знизу вгору показали, що до керівників фірми доходить не більше як 10% інформації, надісланої робітниками [3].

Горизонтальні комунікації здійснюються між особами, які знаходяться на одному рівні ієрархії. Такий обмін інформацією забезпечує координацію діяльності (наприклад, між віце-президентами з маркетингу, фінансів, виробництва). Як показують дослідження, ефективність горизонтальних комунікацій досягає 90% і пояснюється значним рівнем розуміння працівниками характеру роботи своїх колег і проблем, що виникають у

функціонуванні суміжних підрозділів [3].

Діагональні комунікації здійснюються між особами, які перебувають на різних рівнях ієрархії (наприклад, між лінійними та штабними підрозділами, коли штабні служби керують виконанням певних функцій). Такі комунікації характерні також для зв'язків між лінійними підрозділами, якщо один з них є головним з певної функції [1].

Неформальні комунікації - не передбачені організаційною структурою. Практика свідчить, що значна частина комунікацій здійснюється неформально, за допомогою незапланованих керівництвом способів. У теорії та практиці менеджменту зарубіжних країн часто використовується термін "grape-vine" - система розповсюдження чуток, неофіційних даних. Особливо слід підкреслити, що неформальними каналами комунікацій передається значна частина достовірної інформації. Неформальна інформація буває досить корисною для доповнення інформації, отриманої через формальні канали комунікації. Ця інформація є цінною для керівника, однак не можна допускати, щоб система розповсюдження чуток виступала заміном формальних каналів комунікації. Кожен працівник апарату управління повинен пам'ятати, що він теж частково бере участь у розповсюдженні чуток (наприклад, мовчання у відповідь на запитання підлеглого - це теж реакція, яка відповідно інтерпретується підлеглими) [2].

Неформальні канали, як і формальні, передають інформацію у чотирьох напрямках: вгору, вниз, горизонтально, по діагоналі. Особливістю неформального каналу є швидкість виникнення та швидкість зникнення. Крім того, неформальний канал комунікації відрізняється змінюваністю суб'єктів на відміну від формальних каналів [3].

Система неформальних комунікацій характеризується:

- швидкістю передавання інформації;
- потенційною можливістю доповнювати формальні канали комунікацій;
- передбачливий характер неформальних комунікацій;
- оперування останніми новинами тощо.

Американські автори Мескон М.Х., Альберт М., Хедоурі Ф. виділяють два великих класи комунікацій з подальшою їх деталізацією:

- комунікації між організацією та її зовнішнім середовищем;
- комунікації між: рівнями і підрозділами організації.

Для вироблення оптимальних управлінських рішень люди повинні використовувати не лише формальні, а й неформальні канали комунікацій, хоча останні не завжди піддаються впливу та контролю. Слід пам'ятати, що неформальні канали комунікацій - невід'ємна частина організації, і їх необхідно використовувати для досягнення формальних цілей.

Список використаних джерел:

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент.- М.: Гардарики, 1998.
2. Виноградський М.Д., Виноградська А.М., Шканова О.М. Менеджмент організації: Навч.посіб. для студ.екон. спец. вузів.- К. "Кондор",2002.- 654 с.
3. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті: Курс лекцій. – К.: «Кондор». - 2003. – 218с.

СЕКЦІЯ 3. СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

УДК 336

*Кочанова Д.Д., студентка групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПРОБЛЕМА СЬОГОДЕННЯ І ЇЇ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні складні економічні та політичні процеси в Україні не дозволяють вітчизняним підприємствам у повній мірі боротися за розширення внутрішнього та зовнішнього ринку збуту і одною з причин такого становища є недостатньо висока якість продукції.

Актуальність підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності сягає свого апогею через приєднання України до Світової організації торгівлі й мінімізацію тарифного захисту внутрішнього національного ринку, що спричинить збільшення конкурентного тиску на ринку. Основою конкурентоспроможності підприємств в Україні в умовах переходу до ринкових відносин, все більше виступає якість продукції, тому правильно обрана стратегія управління якістю продукції дозволить забезпечити ефективний розвиток підприємства і підвищення його конкурентоспроможності [3, 2].

Насиченість ринків різноманітною продукцією і послугами сприяла тому, що споживач одержав можливість вибору. Якщо раніше він якості бажав, то тепер він її вимагає. Це призвело до того, що забезпечення високої якості продукції перетворилось у магістральний напрямок соціально економічного розвитку більшості країн світу. Дана проблема є актуальною і для України, а її прагнення інтегруватись у європейські і світові економічні структури вимагає засвоєння нових правил поведінки, які диктує ринкова економіка.

В сучасних умовах виживає та організація, котра має найновіші технології, найвищу якість продукції, найнижчі ціни і найвищі орієнтири стосовно найвимогливішого споживача. Найточнішу оцінку будь-якої продукції може дати лише споживач. Саме він сьогодні визначає конкурентоспроможність того чи іншого виробника і є лакмусовим папірцем його успішності на ринку. Тому в наш час існує єдиний спосіб привернути увагу споживача і втримати його—це гарантована якість пропонованого товару і задоволення найвибагливіших смаків та запитів клієнта.

У житті ми часто вживаємо поняття "якість": ділові якості, якість продукції, послуг, праці, якість життя тощо. Проте необхідно окреслити його точне значення. Якість — комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість продукції.

Критерій оцінки якості наданої продукції для споживача — це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступеня задоволення клієнта — це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим. Сьогодні метою підприємства є не лише виявлення внутрішніх факторів, що впливають на якість продукції, але і вивчення всіх потреб клієнтів, створення й реалізація методики і технології, що забезпечать найбільш повне їх задоволення [1,4].

Якість продукції формується, як відомо, під впливом сучасних досягнень розвитку науки і техніки. Проте тут існує і зворотний зв'язок. Підвищення якості (технічного рівня) насамперед знярядь праці, справляє неабиякий вплив на прискорення темпів розвитку певних напрямків науково-технічного прогресу. Зокрема підвищення надійності машин, устаткування, приладів та інших технічних пристроїв забезпечує розширення масштабів розвитку комплексної механізації та автоматизації виробничих процесів, гнучких автоматизованих виробництв, робот або технічних комплексів тощо.

Певна кількість продукції кращої якості (вищого технічного рівня)здатна повніше задовольнити суспільні потреби, ніж та, або навіть більша, кількість виробів гіршого гатунку. Це означає, що підвищення якості (технічного рівня) продукції у кінцевому підсумку еквівалентне збільшенню її виробництва з меншими загальними витратами суспільної праці.

Рівень якості засобів виробництва і предметів споживання безпосередньо впливає на структуру виробництва, функціональний розподіл потужностей машинобудівних підприємств. Підвищення технічного рівня засобів праці і якості предметів праці дозволяє використовувати більше інвестиційних і матеріальних ресурсів для випуску споживчих товарів, а поліпшення якості продукції підприємств видобувних галузей створює додаткові фінансові можливості для масштабнішого державного інвестування і швидшого розвитку відповідних галузей обробної індустрії. Технічний рівень машин і устаткування у певній мірі визначає структуру виробничих потужностей,які використовуються для виготовлення нових знярядь праці та запасних частин до них [3,5].

Управління конкурентоспроможністю являє собою адаптивний процес, протягом якого проходить коригування рішень на основі контролю й аналізу змін, що відбуваються у внутрішньому й зовнішньому середовищах. Управління конкурентоспроможністю продукції має забезпечити максимальне використання можливостей виробництва й орієнтацію його на задоволення наявних і потенціальних вимог споживача.

Вирішення проблеми підвищення якості продукції на підприємстві – це, насамперед, високий його імідж серед покупців, це вихідне тільки на внутрішній,ай на зовнішній ринок,це основа для одержання максимального прибутку та забезпечення стійкого фінансового становища.

Найважливішою проблемою розвитку економіки України є підвищення ефективності суспільного виробництва при зосередженні зусиль навипуск конкурентоспроможної продукції і одночасному забезпеченні повної зайнятості працездатного населення.

Управління якістю продукції підприємства – це цілеспрямований напрям підвищення конкурентоспроможності його продукції, який може бути досягнутий за рахунок таких заходів:

- активізація діяльності Національної ради з якості при Президенті України з метою проведення державної політики у сфері якості;
- забезпечення політичної підтримки щодо підвищення якості та конкурентоспроможності продукції з боку держави;
- покращення співробітництва України з міжнародними організаціями, у тому числі з Європейською організацією;
- забезпечення організації діяльності підприємства, підвищення якості продукції та конкурентоспроможності на основі розробки відповідної його стратегії;
- впровадження досягнень НТП, новітніх технологій, новацій для забезпечення виробництва високоякісної продукції;
- створення служб інформації про новітні технології, зміни у законодавстві, перспективні ринки збуту, що забезпечать підвищення якості продукції;
- створення центрів відповідальності за якістю продукції за місцем її виробництва;
- забезпечення заходів щодо підвищення якості стратегічного маркетингу;
- використання японського досвіду (як напрям підвищення якості продукції) – створення робочих груп якості та впровадження мотиваційних стимулів;
- створення системи навчання робітників підприємства усіх категорій, від усилля яких залежить забезпечення якості продукції [2,13].

Отже, за ринкових умов різко зросли і змінилися позиції споживача щодо процесів придбання й використання товарів і послуг. Виробникам товарів необхідно постійно освоювати нові методи господарювання, які б відповідали вимогам економічних обставин, змінювати умови і принципи діяльності, результати якої прямо залежатимуть від конкурентоспроможності вироблених товарів.

Довгостроковий курс розвитку підприємства повинен бути у сучасних умовах направлено на досягнення не стільки кількісних показників, скільки якісних, тому менеджерам підприємств доцільно звернути увагу на розробку пропозицій для свого підприємства з метою підвищення конкурентоспроможності продукції і її виходу на міжнародний рівень.

Список використаних джерел:

1. Баль-Прилипко Л.В., Контроль якості - шлях до виходу із кризи [Електронний ресурс]// Мясноедело. – 2009.- №5.-11с.
2. Золотухин Н.Б., Из вопросов управления качеством [Электронный ресурс]//Вопросыэкономики.–2010.–№8.–31с.
3. Уткіна Ю.М., Управління якістю та конкурентоспроможністю продукції підприємства [Електронний ресурс]//Вісник економіки, транспорту і промисловості. -2011. -№35.-9с.

*Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Розвиток ринкових відносин в Україні неможливий без ефективного та стабільного зростання економіки та виробництва конкурентоспроможної продукції, що відображає не лише ефективність діяльності окремого підприємства, але і економіки країни загалом. Важливими умовами здобуття певної "ніші" в міжнародній торгівлі є забезпечення вітчизняної продукції необхідними якісними стандартами, що сприятимуть її конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках торгівлі.

Вагомий внесок у розвиток теорії конкуренції та дослідження проблеми аналізу і оцінки конкурентоспроможності здійснили відомі вчені Д. Рікардо, М. Портер, К.Р. Маконнел, С.Л. Брю, Ф. Котлер, Б. Олін, Фрідріх А. фон Хайек, Є. Хекпієр, Г. Азаров, А. Градов, Р. Фатхутдінов, Д. Юданов та ін. Питання конкурентоспроможності досліджують і вітчизняні науковці З. Борисенко, І. Должанський, Т. Загорна, С. Кваша, Н. Краснокутська, О. Лука, І. Смолін, В. Сокольський та ін.

Конкурентоспроможність продукції відображає сукупність властивостей, що показує міру задоволення конкурентної потреби стосовно аналогічної продукції, яка репрезентована на ринку. Конкурентоспроможність у найширшому розумінні визначає можливість продажу товару на конкретному ринку в конкретний проміжок часу. Конкурентоспроможною можна вважати однорідну продукцію з технічними параметрами і техніко-економічними показниками [2, с. 89].

Сучасна ситуація на міжнародному ринку висуває високі вимоги до якості продукції. Для забезпечення конкурентоспроможності продукції виробникові необхідно постійно підвищувати характеристики й властивості продукції, що виробляється. Для планомірного підвищення й визначення необхідного рівня якості продукції на підприємствах харчової промисловості створюється система управління якістю.

Система управління якістю – це один із засобів постійного вдосконалення підприємства за рахунок підвищення якості всіх видів його діяльності. Це сукупність аспектів (ресурси, персонал, організаційна структура, тощо.), які впливають на якість кінцевої продукції.

У словосполученні «система управління якістю» головний акцент ставиться не на слово «якість», а на слово «управління». Тому вона націлена не тільки на контроль якості продукції, а в першу чергу, на управління підприємством в цілому, на всі процеси, від яких залежить якість продукції чи послуг. Під управлінням якістю маємо управління виробництвом продукції (наданням послуг), тобто управління всіма процесами, що задіяні в створенні продукції (послуг) й впливають на її якість. Система управління якістю

регламентує дії всіх співробітників підприємства, що можуть вплинути на якість продукції, яка виробляється й на задоволеність споживачів.

Якість продукції - це сукупність її споживчих властивостей, що здатні задовольняти потреби споживачів. Якісною вважається продукція, що відповідає вимогам стандартів і технічних умов і задовольняє потреби споживачів.

Одна з найважливіших і складних задач управління якістю продукції полягає в тому, щоб, розробляючи заходи з підвищення якості продукції, забезпечити гармонічне поєднання факторів і умов, що дозволяє досягнути максимального ефекту.

Аналіз і опис механізму управління якістю продукції належать до наукових основ практичної діяльності з підвищення якості. Разом з тим, наукові основи повинні постійно розвиватися, поглиблюючи пізнання природи якості продукції і озброюючи виробників найбільш прогресивними методами підвищення якості.

Багатоплановий і широкий характер діяльності з поліпшення якості продукції потребує значної науково-дослідної роботи в таких напрямках розвитку фундаментальних і прикладних досліджень з проблем якості:

- дослідження і розробка такого механізму ціноутворення, який забезпечував би покриття витрат на створення і виробництво продукції та економічне стимулювання і зниження затрат на одиницю корисного ефекту від використання продукції;
- розробка питань кількісних методів впливу поліпшення якості продукції на економію матеріальних, енергетичних і трудових ресурсів;
- розробка і впровадження в практику сучасних методів конструювання, моделювання і дизайнерських рішень, які гарантують високу якість продукції;
- удосконалення метрологічного забезпечення робіт на стадіях досліджень, розробки, виробництва й експлуатації, для чого необхідно значно збільшити обсяг виробництва автоматизованих контрольно-вимірювальних та інших засобів вимірювання.

У сучасних ринкових умовах господарювання для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, на наш погляд, необхідним є:

- переорієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки України та створення належних умов для збереження та використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;
- формування і реалізація державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств;
- здійснення структурних зрушень у господарському комплексі регіонів на основі запровадження інвестиційно-інноваційної моделі з урахуванням особливостей потенціалу кожного з них;
- створення відповідного бізнес-середовища й реалізація корпоративної стратегії національних підприємств, яка передбачає оновлення старої та

впровадження нової матеріально-технічної бази та прогресивних технологій виробництва;

– сприяння залученню додаткових інвестицій, в тому числі іноземних, для модернізації виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції, забезпечивши при цьому відповідність форм інвестицій обсягам фінансування;

– подальший розвиток підприємництва, насамперед малого та середнього бізнесу, посилення його конкурентоспроможності на основі застосування кластерних моделей;

– забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери у розвитку інноваційної діяльності;

– впровадження інформаційної інфраструктури для формування і реалізації промислової політики, системи стандартизації та якісних показників продукції, що забезпечить її конкурентоспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринку;

– запровадження новітньої технології виробництва та удосконалення застосовуваних стандартів і технічних умов, використання досягнень науки і техніки в процесі проектування виробів;

– забезпечення значного підвищення кваліфікації ланки управління та рівня маркетингових досліджень, відповідного рівня кваліфікації науково-технічного та виробничого персоналу та його соціальний захист;

– узагальнення й використання передового вітчизняного та зарубіжного досвіду в галузі підвищення конкурентоспроможності продукції [1, с. 29].

Таким чином, ринкові умови господарювання вимагають постійного підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств, що забезпечує здобуття конкурентних переваг та постійну фінансову стійкість підприємств.

Список використаних джерел:

1. Блонська В. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства як основний фактор ефективності його діяльності /В. Блонська // Економіка України. – 2010. – № 3. – С. 26-33.
2. Борисенко З. Конкурентна політика як передумова ефективності ринку /З. Борисенко // Економіка України. – 2009. – № 5. – С. 88-92.

УДК 338.3

Макаренко Ю.М., студентка групи 5 МО (3)

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК КЛЮЧОВА ПЕРЕДУМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Проблема підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства є актуальним питанням. Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств.

Умови формування ринкових відносин в Україні, які характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, зниженням платоспроможності населення, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, тяжким фінансовим станом більшості підприємств потребують пошуку засобів виживання підприємств та забезпечення їхнього ефективного функціонування. У зв'язку з цим виникає необхідність у вдосконаленні управління конкурентоспроможністю підприємства шляхом використання сучасних принципів менеджменту, маркетингу, забезпечення стратегічного підходу до їхньої діяльності.

Одна з найважливіших задач розвитку підприємства нерозривно пов'язана з ефективністю виробництва, забезпечення випуску необхідної кількості сучасних виробів та покращення якості, досягнення конкурентоспроможності продукції на світовому ринку. Тому конкурентоспроможність продукції являється ключовою передумовою конкурентоспроможності підприємства.

Конкурентоспроможність, як соціально-економічна категорія – це спроможність, вміння досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг. З цього визначення виходить важливий практичний висновок про те, що конкурувати (досягати найвищих економічних та соціальних переваг) можливо:

– самому з собою (у часі: результати досягнуті в попередній період діяльності та результативність за аналогічний останній період суттєво відрізняються);

– один з одним (суперництво за досягнення будь-чого);

– колективі з колективом;

– продукції даного виду з аналогічною продукцією і таке інше.

Конкурентоспроможність продукції – це комплекс споживчих та вартісних характеристик, які визначають його успіх на ринку, тобто спроможність саме даного товару бути обміненим на гроші в умовах широкої пропозиції до інших конкуруючих товаровиробників. Задоволеність споживача сукупністю пропонованих йому властивостей у товарі знаходить вираження в акті купівлі-продажу. Такий збіг властивостей, характеристик товару та вимог споживача, при якому дотримуються інтереси виробника і споживача, що означає повну відповідність товару умовам ринку, називається конкурентоспроможністю.

Товари, таким чином, повинні не тільки мати набір технічних, естетичних, ергономічних і інших властивостей, але і відповідати умовам їхньої реалізації (ціна, терміни постачання, сервіс, престиж фірми, реклама тощо). Конкурентоспроможність продукції визначається комплексом споживчих (якісних і кількісних) характеристик, що дозволяють задовольняти особливі умови ринку. Підвищення якості продукції позитивно впливає на результати діяльності підприємства. Визначальними елементами цього специфічного менеджменту, що справляє найбільш істотний вплив на процес виробництва і постачання на ринок конкурентоспроможної продукції, є: стандартизація і сертифікація виробів; стандартизація і сертифікація внутрішніх систем якості; державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та

відповідальності за їх порушення; внутрішньовиробничий технічний контроль якості.

Конкурентоспроможна продукція легко і швидко реалізується на ринку по найменш витратних каналах збуту. Фактично товар проходить перевірку на ступінь задоволення суспільним потребам. Вони диктуються смаками і перевагами визначеної групи покупців (сегментом ринку), тому поняття конкурентоспроможності завжди конкретно. Комерційно вигідний збут товару можливий лише на конкретному ринку у визначених умовах конкуренції.

Конкурентоспроможність підприємства – можна розглядати також, як вміння виготовляти і реалізувати швидко та дешево якісну продукцію в достатній кількості. Конкурентоспроможність продукції є головною умовою конкурентоспроможності підприємства на ринку і важливою основою прибутковості його діяльності.

Відмінності цих категорій. Ними, зокрема, є:

а) конкурентоспроможність продукції визначається для кожного її виду, а конкурентоспроможність підприємства охоплює всю номенклатуру;

б) конкурентоспроможність продукції визначається в межах порівняно короткого періоду часу, а конкурентоспроможність підприємства – тривалого;

в) рівень конкурентоспроможності підприємства цікавить насамперед його власника з метою визначення доцільності виробництва в даних умовах, а споживача не цікавить. Зате споживача ще й як цікавить продукція підприємства, її ціна-якість.

Найчастіше під конкурентоспроможністю продукції мають на увазі:

– властивість (сукупність властивостей) продукції та його сервісу, яка характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби, порівняно з аналогічною продукцією, представленими на цьому ринку;

– характеристику продукції, що відображає його відмінність від продукції-конкурента за ступенем відповідності конкретній суспільній потребі та за витратами на її задоволення;

– спроможність продукції відповідати вимогам даного ринку у період, що аналізується;

– здатність витримувати конкуренцію на ринку (наявність вагомих переваг над виробами інших товаровиробників).

Конкурентоспроможність продукції залежить від ряду чинників, що впливають на пріоритетність вибору і визначають обсяг їх реалізації на певному ринку:

1) техніко-економічних чинників, які залежать від продуктивності і інтенсивності праці, витрат виробництва, наукоємності продукції – якість, продажна ціна і витрати на експлуатацію (використання) або споживання продукції;

2) комерційних чинників, які визначають умови реалізації продукції на конкретному ринку – кон'юнктура ринку (гострота конкуренції, співвідношення між попитом і пропозицією даного продукту, національні та регіональні особливості ринку, що впливають на формування

платоспроможного попиту на дану продукцію; сервіс, що надається (наявність дилерсько-дистрибуторських пунктів виробника і станцій обслуговування в регіоні покупця, якість технічного обслуговування, ремонту і інших послуг, що надаються; реклама (наявність і дієвість реклами і інших засобів дії на споживача з метою формування попиту); імідж фірми (популярність торгової марки, репутація фірми, компанії, країни);

3) нормативно-правових чинників, які відображають вимоги технічної, екологічної і морально-етичної безпеки використання товару на даному ринку, патентно-правові вимоги (патентна чистота і патентний захист); у разі невідповідності продуктів діючим нормам і вимогам стандартів і законодавства він не може бути проданий на даному ринку.

Успішність функціонування будь-якого підприємства залежить від рівня конкурентоспроможності продукції, що пропонується нею споживачам. Оцінка конкурентоспроможності продукції – визначення її рівня, що дає відносну характеристику здатності продукції задовольняти вимоги конкретного ринку в даний період, порівняно з продукцією конкурентів. Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність фірми-виробника продукції відносяться поміж собою як частина і ціле. Можливість компанії конкурувати на визначеному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару і сполуки економічних засобів діяльності фірми, надаючи перевагу в умовах конкурентної боротьби.

Отже, на рівень конкурентоспроможності підприємства впливає науково-технічний рівень та ступінь удосконалення технологій виробництва, використання новітніх винаходів та відкриттів, залучення сучасних засобів автоматизації виробництва. Рівень конкурентоспроможності фірми залежить від того, якими товарами вони торгують, де і як товари споживаються.

Список використаних джерел:

1. Оскольський В. Про перспективи становлення конкурентоспроможної регіональної економіки / В. Оскольський// Економіка України. – 2007, № 12. – С. 4-11.

УДК 339.13

*Мироненко Т.В., студент групи 5 МО (3),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Дроботова М.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

РОЛЬ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Системи підтримки прийняття рішень (СППР) виникли завдяки розвитку управлінських інформаційних систем і являють собою системи, розроблені для підтримки процесів прийняття рішень менеджерами в складних і слабоструктурованих ситуаціях, зв'язаних з розробкою і прийняттям рішень. Термін СППР (DSS-Decision Support System) належить Горрі та Мортону, хоча перше покоління СППР мало чим відрізнялось від традиційних управлінських

інформаційних систем, і тому замість СППР часто використовувався термін "системи управлінських рішень".

Досі немає єдиного визначення СППР. Наприклад, деякі автори під СППР розуміють "інтерактивну прикладну систему, яка забезпечує кінцевим користувачам, які приймають рішення, легкий і зручний доступ до даних і моделей з метою прийняття рішень в напівструктурованих і неструктурованих ситуаціях з різних галузей людської діяльності".

Відомі й інші означення [21]. На наш погляд найбільш вірним є таке визначення. "СППР - інтерактивні автоматизовані системи, які допомагають особам, які приймають рішення, використовувати дані і моделі, щоб вирішувати неструктуровані і слабоструктуровані проблеми". Нарешті, існує твердження, згідно з яким СППР являє собою специфічний і добре описуваний клас систем на базі персональних комп'ютерів.

Необхідність комп'ютерної підтримки прийняття рішень в економіці та бізнесі зумовлена дією низки об'єктивних причин, зокрема: збільшенням обсягів інформації, що надходить до органів управління і безпосередньо до керівників; ускладненням завдань, що розв'язуються щоденно і на перспективу; необхідністю обліку і урахування великої кількості взаємопов'язаних факторів і вимог, що швидко змінюються; необхідністю зняття невизначеності, пов'язаної з неможливістю кількісного вимірювання окремих чинників; збільшенням важливості наслідків рішень, що приймаються, тощо. Усім цим спричинений швидкий розвиток, широке застосування СППР та зумовлені цілі і функції цих комп'ютеризованих систем.

До найважливіших цілей систем підтримки прийняття рішень належать:

- удосконалення рішень: СППР створюють умови для здатності менеджерів за допомогою комп'ютеризованих можливостей розв'язувати більше проблем та приймати кращі рішення з урахуванням часових і пізнавальних (когнітивних) обмежень та економічних лімітів і обмежень.
- збільшення продуктивності праці творців рішень, тобто їх здатності створювати за коротший період якісніші рішення.
- доповнення арсеналу інструментальних засобів творців рішень новими, продуктивнішими можливостями стосовно добування, формулювання та створення нових знань за допомогою аналізу і розпізнавання проблем.
- полегшення виконання одного або більше етапів прийняття рішень (збору інформації, проектування, відбору альтернатив).
- упорядкування і полегшення аналізу можливих шляхів розв'язування проблем.
- допомога творцям рішень у розв'язанні неструктурованих або напівструктурованих проблем.
- підвищення компетентності творців рішень щодо управління знаннями через доповнення людської здатності до такого управління можливостями оснований на комп'ютерах систем підтримки прийняття рішень.

Реалізація цих цілей забезпечує користувачів СППР потенційними перевагами і має в той же час обмеження, які наведені у табл. 1.

Перша істотна причина, що сприяє застосуванню СППР-технології - це імітація обчислення на робочому столі, що зробило технологію простішою з тією метою, щоб використовувати переносний комп'ютер. Раніше у разі обчислень передбачалася взаємодія з універсальною ЕОМ у пакетному режимі з фіксованого терміналу, що взагалі міг знаходитися або у відомстві, або в спеціальній лабораторії.

Таблиця 1

Перевага та обмеження для користувачів СППР

Перевага СППР	Обмеження СППР
підвищується здатність творців рішень (ОПР) щодо оброблення релевантної інформації та знань;	СППР неспроможна повторити деяку притаманну саме конкретній людині майстерність управління знаннями; вона може бути дуже специфічною, орієнтованою лише на певний тип проблем;
за допомогою СППР ОПР може розв'язувати такі проблеми, які одна особа неспроможна взагалі розв'язати або вона потребує для цього дуже багато часу із-за складності проблеми;	СППР може не відповідати звичці подавати або розпізнавати проблеми творцем рішень;
навіть за розв'язання відносно простих проблем СППР може допомогти отримати розв'язок швидше і/або ефективніший, ніж це може зробити сама ОПР;	не може виправити помилки, допущені ОПР у процесі роботи з системою; комп'ютерна система обмежується знаннями, якими лише володіє, тобто вона "не знає, чого вона не знає";
стимулювання роздумів ОПР про проблеми завдяки використанню СППР;	СППР надмірно залежить від різного виду небезпечних ситуацій, наприклад, від несанкціонованого доступу до системи тощо.
дії зі створення СППР можуть виявити нові способи мислення про домени рішень і частково оформити аспекти створення рішень;	
забезпечується привабливіша підстава, щоб обґрунтувати позиції ОПР.	
конкурентна перевага для організації завдяки покращеній внутрішній продуктивності.	

Другий чинник, сприяючий застосуванню систем підтримки прийняття рішень - це розроблення дружніх пакетів (дружнього програмного забезпечення), призначених навіть для недосвідчених користувачів. Нині немає необхідності знати спеціальну мову і писати програму на спеціалізованій мові тільки для того, щоб мати можливість звернутися до даних комп'ютера. Тепер можна імпортувати дані в електронну таблицю і починати розглядати тенденції, графіки і взаємозв'язки, використовуючи тільки меню.

Тенденції до створення дружнього (спрощеного, полегшеного для користувачів) ПЗ сприяли посиленню третього чинника сприйняття СППР - зменшенню комп'ютерної тривоги (побоювання комп'ютера) у користувачів. Адміністратори верхнього рівня зазнають меншої комп'ютерної тривоги, менше побоюються працювати безпосередньо з такими системами.

Ці три чинники, які сприяють сприйняттю та застосуванню СППР, зумовлені технологічними досягненнями в галузі інформатики, проте існує четвертий чинник, що пояснює використання СППР-технологій: менеджери використовують СППР, тому що втрати із-за незастосування комп'ютерних технологій стають дуже відчутними, тобто втрати потенційних прибутків

стають значними. Раніше бізнесові проблеми переважно були відносно незначними, локальними та стосувалися вузької сфери. На сьогодні кількість інформації, яка має бути оброблена, набагато більша, ніж це було колись. Одночасно кількість часу для розв'язання менеджерами повсякчасних питань скорочується. Зі швидкодіючим зв'язком, факсимільними машинами, електронною поштою і використанням у всьому світі мобільних телефонів будь-яка інформація стає швидкодоступною. СППР може бути стратегічною інформаційною системою і специфічною системою підтримки прийняття рішень щодо створення конкурентних переваг.

Система підтримки прийняття рішень створює конкурентну перевагу за трьома показниками. По-перше, як тільки СППР упроваджена, це має стати головною або суттєвою силою, можливістю організації. По-друге, СППР має бути унікальною і пристосованою до організації. По-третє, перевага, яка забезпечується СППР, має спостерігатися протягом щонайменше трьох років. Навіть із стрімкою зміною технології три роки такої переваги є реальними. Менеджери, які розшукують для стратегічних інвестицій інформаційні технології, мусять мати ці три критерії на увазі. Засоби конкурентної переваги в організації роблять щось важливе і значно краще, ніж самі конкуренти.

Список використаних джерел:

1. Вовчак І.С. Інформаційні системи та комп'ютерні технології в менеджменті. Навч. посібник. - Тернопіль: 2001.
2. Ситник В.Ф. та ін. Системи підтримки прийняття рішень. - Навч. посіб. - К.: КНЕУ, 2004.

УДК 338

*Михайлишин О.С., студентка групи 4 МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Дроботова М.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри туризму,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

МАРКЕТИНГОВА ПРОГРАМА ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розробка ефективної маркетингової програми спрямована на підвищення ефективності товарної, цінової, та комунікаційної політики, що, в свою чергу, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємства і збільшенню його прибутку. Доцільними пунктами програми є:

- формування ефективної асортиментної політики;
- розробка ефективної (нової) цінової політики;
- розробка й організація програм по зв'язкам з громадськістю (у тому числі стимулювання клієнтів);

Розглянемо зміст цих пунктів маркетингової програми на прикладі діяльності ТОВ «Сван-1», яке займається продажем комп'ютерної техніки. Формування ефективної асортиментної політики. Головні труднощі полягають у побудові диференційованої товарної стратегії. При розробці і формуванні асортиментної політики ТОВ «Сван-1» слід відзначити, що важливим критерієм підвищення ефективності продажу безпосередньо є ширина асортименту

комп'ютерного обладнання і комплектуючих, що пропонуються підприємством до продажу, а також сама структура асортименту. Асортимент пропонованого комп'ютерного обладнання і комплектуючих пропонується скласти з найбільш популярних у роздрібних клієнтів моделей комп'ютерної техніки. Це дозволить комп'ютерному устаткуванню і комплектуючим постійно продаватися, а не залежуватися на прилавках демонстраційного залу, та на складі.

Тому працівникам, на яких покладено виконання маркетингових функцій рекомендується відслідковувати і виявляти моделі комп'ютерного обладнання і комплектуючих, які найчастіше продаються. В свою чергу, відділ маркетингу повинен проводити моніторинг місцевого комп'ютерного ринку з метою визначення набору відсутніх моделей комп'ютерної техніки, популярної серед споживачів.

Розробка і формування цінової політики. Ціни - це ключовий фактор у позиціюванні. Розробка ефективної цінової політики роздрібного відділу, у свою чергу, так само є важливим критерієм не лише підвищення ефективності продажу, але і підвищення конкурентоспроможності мережі реалізації ТОВ «Сван-1». Спеціалістам, на яких покладено виконання маркетингових функцій необхідно здійснювати постійний моніторинг цін основних компаній-конкурентів. Оскільки аналіз впливу зміни цін на комп'ютерне обладнання показав, що незначне зниження ціни на комп'ютерне обладнання веде до незначного підвищення числа роздрібних клієнтів, то рівень цін на основні моделі комп'ютерного обладнання пропонується встановлювати на рівні середніх цін основних компаній-конкурентів. Необхідно також зазначити, що чим вище вартість одиниці комп'ютерної техніки, що продається, тим нижчою повинна бути рентабельність продажів цієї техніки, тому що при незначному підвищенні рентабельності продажу дорогої техніки значно підвищується відпускна ціна на цю техніку, створюючи, тим самим, передумови для зниження конкурентної переваги за ціною.

На найбільш популярні моделі комп'ютерних комплектуючих ціни рекомендується встановлювати нижче середніх цін основних компаній-конкурентів на дану асортиментну групу товарів. Оскільки низькі ціни, в основному, рекомендується встановлювати саме на популярні моделі комплектуючих, то основний акцент даної цінової політики робиться на те, що крім техніки з низькою ціною споживач купить додаткові моделі комп'ютерного обладнання чи аксесуарів, що продаються з нормальною рентабельністю. Тим самим, за рахунок додаткового придбання комп'ютерної техніки по середніх і високих цінах, сумарна рентабельність продажів виходить на середньороздрібний рівень рентабельності.

На деякі моделі комп'ютерної техніки, (такі як залежані моделі комп'ютерного обладнання і комплектуючих, на які постійно падає попит і ринкова ціна), ціни рекомендується встановлювати нижче собівартості, тобто з негативною рентабельністю. Це дозволить повернути частину витрачених на їх придбання фінансових засобів компанії і запобігти можливим витратам від подальшого здешевлення даної техніки. Середня рентабельність продажів на

основні моделі комп'ютерного обладнання низької цінової категорії представлена в табл.1.

Таблиця 1

Середня рентабельність на основні моделі комп'ютерного обладнання низької цінової категорії

Найменування асортиментної групи	Рекомендований рівень рентабельності
Материнські плати: <ul style="list-style-type: none"> • Asus P2B; P2Z; P2-L; • A-Trend 5150; • Chaintek; 	<ul style="list-style-type: none"> • 8% • 9% • 10%
Процесори: <ul style="list-style-type: none"> • Intel PII –350, 400; PIII-450, 500; Celeron; • Intel Xeon –450, 500; 	<ul style="list-style-type: none"> • 8% • 7%
Відеокарти: <ul style="list-style-type: none"> • Asus V3400TnT, V3200; • S3 Trio 64V+, V2; 	<ul style="list-style-type: none"> • 9% • 11%
Принтери: <ul style="list-style-type: none"> • Hewlett Packard LJ1100; 	<ul style="list-style-type: none"> • 8%

Ціни вищі середньоринкових рекомендується встановлювати на товари, що доповнюють вже придбане обладнання, такі як стовпчики до звукових карт комп'ютерів, мережні фільтри і недорогі моделі блоків безперебійного живлення, навушники і мікрофони та ін. Так як ціни на дане комп'ютерне обладнання досить невисокі і коливаються від 20 до 200 гривень, то на нього рекомендується встановити ціну, яка б забезпечила близько 20%-80% рентабельності від їх продажу.

Наступним принциповим нововведенням у цінову політику є введення системи знижок. По-перше, знижки необхідно надавати всім постійним клієнтам, що неодмінно позначиться на підвищенні частоти їх закупівель і збільшить обсяги продажів. По-друге необхідно ввести наступну систему знижок (табл. 2)

Таблиця 2

Залежність розміру знижки від суми разової закупівлі

Сума разової закупівлі	Розмір знижки
1000 ..2000	1%
2000 ..3000	3%
3000 ...7000	5%
7000 ...і більш	7-9%

Система знижок розроблена таким чином, що при зниженні рентабельності продажів за рахунок розміру знижки, значно збільшується валовий прибуток від продажу комп'ютерного обладнання і комплектуючих. При дотриманні рекомендацій кількість потенційних роздрібних клієнтів повинна збільшитися приблизно на 5%-8%. Разом з тим, приблизно на 5-6% повинен збільшитися валовий прибуток роздрібного відділу. Розробка й організація програм по зв'язках із громадськістю. Відносини зі споживачами стали найважливішим напрямком діяльності організацій. Для підвищення ефективності зв'язків із громадськістю ТОВ «Сван-1» пропонується:

Підвищення ефективності зв'язків з роздрібними клієнтами товариства:

- начальнику дилерського відділу необхідно доручити виконувати розбір рекламаций і претензій клієнтів компанії. Також, на офіційному Web-сайті ТОВ «Сван-1» (<http://www.swan.ck.ua>) необхідно створити поштову скриньку для прийому претензій стосовно роботи роздрібного відділу. Розбір претензій і рекламаций повинен бути зроблений не пізніше, ніж через 1 тиждень з моменту надходження претензії чи рекламации;

- необхідно підвищити ефективність роботи сервісного (гарантійного) відділу ТОВ «Сван-1». Для цього пропонується найняти додатково одного працівника в гарантійний відділ, що підвищить його ефективність приблизно на 30%. Це дозволить значно скоротити час розгляду рекламаций і підвищить позитивну думку клієнтів компанії, чие комп'ютерне обладнання потрапило під гарантійні зобов'язання.

Підвищення ефективності зв'язків з місцевою громадськістю: під час великих офіційних свят необхідно виділяти деякі грошові суми для придбання подарунків інвалідам, сиротам, ветеранам війни, незаможним через місцеві органи влади. Дані рекомендації з підвищення ефективності зв'язків з громадськістю мають наступні цілі: утримати старих клієнтів та залучити нових, перевірити ведення рекламаций, скорочення витрат компанії. Наведена маркетингова програма підприємства ТОВ «Сван-1» дозволить йому підвищити рівень конкурентоспроможності на регіональному ринку.

УДК 339.13

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

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ НА ШЛЯХУ ДО СПОЖИВАЧА

За останні 19 років незалежності, Український споживач безперечно став більш досвідчений, грамотний і вимогливий до якості продукту і контенту, що його супроводжує. Сьогоднішній споживач стомився від нав'язливої реклами, що оточує його з усіх сторін. І неначе вже не існує місця в світі, куди від неї можна втекти. Таке перенасичення непотрібною інформацією змушує маркетерів сучасних компаній шукати нові підходи до можливості відчувати споживача, його проблеми і потреби, щоб знайти шлях до його серця, а потім і гаманця. Як світові, так і українські практики все частіше прагнуть передбачити сучасні тенденції у розвитку маркетингу для того, щоб мати можливість вчасно відреагувати на них і бути першими, хто зможе запропонувати споживачу те, на що він чекає. Зокрема, переверт у галузі зв'язку, за перші 10 років 21 століття, був таким, що ніхто навіть не міг собі уявити. Завдяки інструментам соціальної мережі, таких як Twitter, Facebook, блоги, онлайн-відео і т.д. новини та інформація передається миттєво, і це означає, що для маркетерів – це нові і захоплюючі можливості для покороення споживачів.

Враховуючи останні світові тенденції в інформаційному розвитку, розвитку культури, технологій, політичної та екологічної ситуації інтернет-

видання «Entrepreneur» запропонувало свій погляд на сучасні світові тренди розвитку маркетингу, які зачіпають всі області маркетингу - від реклами до брендінгу, і будуть визначати маркетингові стратегії протягом наступних років.

1. Прозорість і довіра - визначальні. За останні роки споживачеві довелося пережити або стати свідком безлічі негативних подій, що зумовило його занадто скептичне ставлення до рекламних повідомлень. Споживач вже не вірить в те, що намагається донести до нього підприємство-виробник. В той же час бренди, які зосередили свої зусилля на створенні чесного і відкритого середовища у своїх комунікаціях генерують позитивні відгуки споживачів, що сприяє зміцненню лояльності і приваблює нових клієнтів. Зміцнення довіри є найважливішою умовою успішних маркетингових стратегій в 2011 році, і при цьому треба пам'ятати, що це потребує систематичних зусиль.

2. Краще один раз показати, ніж сто разів розповісти. Споживачі вже не вірять всьому тому, що доводиться чути. Вони налаштовані більш скептично, ніж коли-небудь. Тому потрібно щоразу доводити їм свої якісні переваги. Не просто розповідати споживачам про продукт, бізнес або послуги, а показати їм, яку цінність вони отримують, коли витратять свої важко зароблені гроші на той чи інший товар.

3. Присутність у соціальних медіа є обов'язковою. Twitter, Facebook, блоги, YouTube та інші інструменти онлайн-соціальних спільнот нікуди не дінуться. Натомість, вони залучають все більше і більше людей у всьому світі. Тому дуже важливо, щоб бізнес приєднувався до розмови в соціальній мережі, дивував оригінальним наповненням і взаємодіяв із споживачами у повній мірі.

4. Вибухова актуальність онлайн відео та мобільного маркетингу. Безперечно це прорив, коли кожен за бажанням може створити свій власний онлайн відео контент, розмістити його в інтернеті або розіслати по мобільному телефону і, таким чином, рекламуватись.

5. Точне фокусування на цільовій аудиторії забезпечить влучне попадання. Неefективно намагатися подобатись всім. Сильні бренди – це бренди що чітко виокремлюють свою цільову аудиторію. Поняття «ніша» починає вживатися все частіше і означає специфічну цільову аудиторію для специфічного продукту [1].

З іншого боку, інтернет-видання «Discovering Brand Voice» наголошує, що в 2011 році цінність продукту (товару) визначатиметься тим, як і що про нього говорять споживачі, а бренди можуть бути диференційовані споживачами тільки через різні емоції, що вони викликають. Тому емоційна яскравість бренду визначатиме конкурентні переваги [2].

Безперечним чинником успіху компаній лишаються інновації. Не зважаючи на те, що в останні роки їх було достатньо, споживач дуже активно очікує наступних нововведень, які зможуть його вразити і зробити життя іще більш комфортним. На думку відомого британського маркетера Роберта Пасікоффа (Robert Passikoff) бренди, які ігнорують сучасні тенденції, переживають свої останні часи [2].

Повертаючись до України, варто відмітити, що все більше вітчизняних компаній тримають руку на пульсі останніх подій і трендів розвитку сучасних

маркетингових технологій, однак переважна частина підприємств все ще не готові перелаштуватись на нові умови спілкування зі споживачем.

Формування поваги до українського продукту, українського виробника має стати головним стратегічним завданням маркетингової політики кожного українського бренду. Визначальною умовою на цьому шляху є чесність, відкритість і бажання вести діалог із споживачем. Цього можна досягти тільки у спілкуванні із ним. Бути відкритим до відгуків, пропозицій, критики. Не знищувати провокаційні повідомлення в соціальних мережах, а чесно і щиро на них відповідати. Споживач відчуває щирість і тоді, закохується (у продукт, бренд, компанію). Таким чином формується лояльність, яка неодмінно супроводжується бажанням споживача купити продукт.

Список використаних джерел:

1. «10 Marketing Trends for 2010»//Інтернет-видання «Entrepreneur»
<http://www.brandingstrategyinsider.com/2010/11/11-branding-and-marketing-trends-for-2011.html>
2. «11 Branding And Marketing Trends For 2011»//Інтернет-видання «Discovering Brand Voice»
<http://www.brandingstrategyinsider.com/2010/11/11-branding-and-marketing-trends-for-2011.html>

УДК 658

Савчук О.О., аспірант,

Національного технічного університету України "КПІ"

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА І ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЇ

Незважаючи на різноманітність визначень і тлумачень організаційної культури [1, с.69; 2, с.122; 3, с.146], вони мають і спільні загальні моменти. Першим є те, що у більшості визначень автори посилаються на зразки базових припущень, яких дотримуються члени організації у своїх поведінці та діях. Ці припущення часто пов'язані з баченням навколишнього середовища (групи, організації, суспільства, світу) і регулюючих його змінних (природа, простір, час, робота, відносини і т.д.)

Другою загальною категорією, що включається авторами у визначення організаційної культури є ціннісні орієнтації, яких може або дотримується індивід. Вони орієнтують індивіда щодо того, яку поведінку варто вважати припустимою, а яку неприпустимою. Так, у деяких організаціях вважається, що "клієнт завжди правий", тому в них неприпустимо обвинувачувати клієнта за невдалу роботу членів організації. В інших – може бути все навпаки. Однак і в тому, і в іншому випадку прийнята цінність допомагає індивіду зрозуміти те, як він повинен діяти в конкретній ситуації.

Третім загальним атрибутом поняття організаційної культури вважається символіка, за допомогою якої ціннісні орієнтації "передаються" членам організації. Багато фірм мають спеціальні, призначені для всіх документи, у яких вони детально описують свої ціннісні орієнтації. Однак зміст і значення останніх найбільш повно розкриваються працівникам через "ходячі історії", легенди та міфи. Їх розповідають, переказують, тлумачать. В результаті цього вони здійснюють іноді більший вплив на індивідів, чим ті цінності, що записані в рекламному буклеті компанії.

Зазначений комплекс припущень, цінностей, вірувань і символів, дотримання яких допомагає людям в організації справлятися з їхніми проблемами, складає структуру організаційної культури, яка розглядається за трьома рівнями, представленими на рис.1.

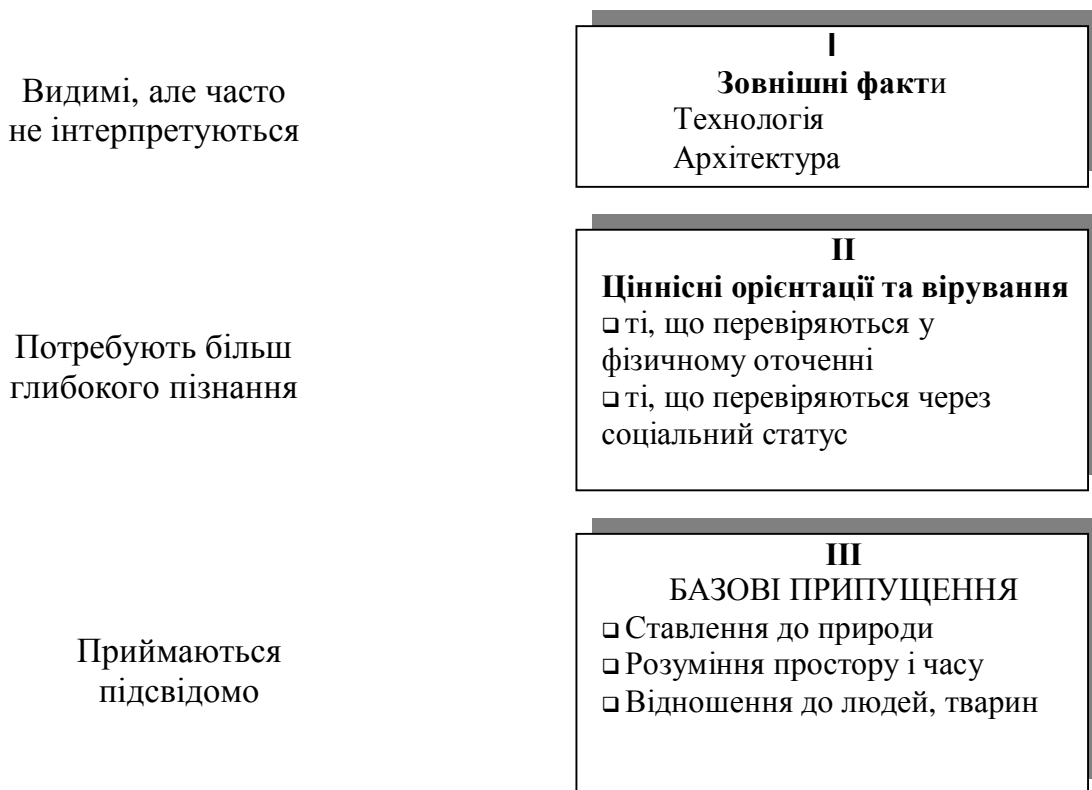


Рис.1. Три рівні вивчення організаційної культури

В залежності від рівнів, що вивчаються, існує розподіл організаційних культур на суб'єктивні й об'єктивні. Суб'єктивна організаційна культура виходить з поділюваних працівниками зразків припущень, віри і очікувань, а також із групового сприйняття організаційного оточення з його цінностями, нормами і ролями, що існують поза особистістю. Сюди включають ряд елементів символіки, особливо її "духовної частини": герої організації, міфи, історії про організацію і її лідерів, організаційні табу, обряди і ритуали, сприйняття мови спілкування і гасел.

Об'єктивну організаційну культуру звичайно пов'язують з фізичним оточенням, створюваним в організації: сам будинок і його дизайн, місце розташування, устаткування і меблі, кольори й обсяг простору, зручності, кафетерій, кімнати прийому, стоянки для автомобілів і самі автомобілі.

Хоча обидва аспекти організаційної культури важливі, однак суб'єктивний аспект створює більше можливостей для виникнення як спільного, так і особливого між людьми і між організаціями.

Організаційна культура виконує цілий ряд функцій [4]:

- формує певний імідж організації, що відрізняє її від будь-якої іншої;
- виражається в почутті спільності всіх членів організації;
- підсилює залучення у справи організації і відданість їй;

- підсилює систему соціальної стабільності в організації;
- є засобом, за допомогою якого формуються і контролюються форми поведінки і сприйняття, доцільні з погляду даної організації.

Існує багато підходів до виділення різних атрибутів, що характеризують ту чи іншу культуру як на макро-, так і на мікрорівні. Більшість дослідників пропонують розглядати конкретну корпоративну культуру на основі таких характеристик:

- усвідомлення себе і свого місця в організації (одні культури цінують приховування працівником своїх внутрішніх настроїв, інші - заохочують їхній зовнішній прояв; в одних випадках незалежність і творчість виявляється через співробітництво, а в інших – і через індивідуалізм);
- комунікаційна система і мова спілкування (використання усної, письмової, невербальної комунікації, "телефонного права");
- що і як їдять люди, звички і традиції в цій області (організація харчування працівників, включаючи наявність чи відсутність таких місць на підприємстві; люди приносять із собою їду чи відвідують кафетерій усередині чи поза організацією; дотація харчування; періодичність і тривалість харчування; чи їдять працівники різних рівнів разом чи окремо і т.п.);
- усвідомлення часу, відношення до нього і його використання (ступінь точності і відносності часу в працівників);
- дотримання тимчасового розпорядку і заохочення за це;
- взаємини між людьми (за віком і статтю, статусом і владою, мудрістю й інтелектом, досвідом і знанням і т.п.);
- процес розвитку працівника і навчання (бездумне чи усвідомлене виконання роботи; покладаються на інтелект чи силу; процедури інформування працівників);
- трудова етика і мотивування (відношення до роботи і відповідальність по роботі; поділ і заміщення роботи; чистота робочого місця; якість роботи; звички по роботі; оцінка роботи і винагорода; відносини "людина – машина"; індивідуальна чи групова робота; просування по роботі).

Для розуміння змісту концепції організаційної культури пропонується розглянути певні її характеристики:

- ступінь ініціативи, тобто ступінь відповідальності, волі і незалежності, якими володіє людина в організації;
- спрямованість дії, тобто організація встановлює чіткі цілі й очікувані результати виконання;
- управлінська підтримка, тобто забезпечення вільної взаємодії, допомоги і підтримки підлеглих з боку управлінських служб;
- контроль, тобто перелік правил і інструкцій, застосовуваних для контролю і спостереження за поведінкою співробітників;
- моделі взаємодії, тобто ступінь взаємодії всередині організації, при якій взаємодія виражена у формальній ієрархії і підпорядкованості.

Оцінюючи будь-яку організацію за цими характеристиками можна скласти повну картину організаційної культури, на тлі якої формується загальне уявлення співробітників про організацію.

Список використаних джерел:

1. Deal T.E., Kennedy A.A. Corporate cultures: The rites and rituals of corporate life. – Reading, M.A., Addison – Wesley, 1982.
2. Kossen S. The Human Side of Organization. HarperCollins College Publishers. –New York, 1994. – 315 p.
3. Jaffee D. Organization Theory: tension and change. McGraw-Hill International Editions. – New York, 2001. – 151 p.
4. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. – СПб: Питер, 2001. – 256 с.

УДК 338.264

Соломянюк Н.М., к.е.н., доцент

Національного університету харчових технологій

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ПРИ РОЗРОБЦІ СТРАТЕГІЧНИХ ПЛАНІВ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «КОМПЛЕКС АГРОМАРС»)

В умовах формування в Україні ринкових відносин, що супроводжуються постійними змінами у маркетинговому середовищі підприємства, майже не існує можливостей, які б були вільні від ризику. Ризики збільшуються паралельно з ростом складності управлінських систем. Все це обумовлює важливість використання потенціалу підприємства.

В сучасних умовах більшість харчових вітчизняних підприємств використовує лише не значну частину свого маркетингового потенціалу. Подібна ситуація багато в чому обумовлена відсутністю розуміння його важливості. У зв'язку з цим, гостро постає питання щодо формування та використання найбільш ефективної системи маркетингу підприємства.

Одним з ключових понять маркетингу, за допомогою якого підприємство зможе визначити свій сучасний стан, виявити скриті резерви і розробити ефективні і результативні стратегії майбутнього розвитку, є маркетинговий потенціал [1]. На сьогоднішній день найбільш повне використання маркетингового потенціалу – це стратегічна задача вітчизняних підприємств.

Основними структурними елементами маркетингового потенціалу підприємства є маркетингові ресурси і зусилля, які є критеріями оцінки маркетингового потенціалу підприємства. Можна виділи два ключових напрямки збільшення ефективності використання маркетингового потенціалу підприємства: збільшення потенціалу внутрішнього і зовнішнього маркетингового середовища підприємства, а також за рахунок ефективного використання наявних у підприємства маркетингових ресурсів з залученням маркетингових зусиль.

При здійсненні аналізу внутрішнього стану підприємства необхідно дотримуватися наступних принципів: обґрунтований вибір інструментарію діагностики; використання об'єктивної, повної та достовірної інформації про стан структурних елементів потенціалу підприємства, його внутрішнього середовища; виявлення причин змін внутрішніх чинників; комплексний та системний характер; об'єктивність оцінки результатів.

Результати діагностики ресурсного потенціалу та загального стану підприємства у конкурентному середовищі використовуються у процесі визначення можливих перспектив подальшого розвитку підприємства. З метою підвищення обґрунтованості визначення перспектив розвитку суб'єктів господарювання та виявлення можливостей впливу на зовнішнє оточення як підставу доцільно використовувати кількісну оцінку взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем.

Питання кількісної оцінки взаємодії підприємства і оточуючого середовища ще недостатньо науково опрацьовані, що обумовлено складністю проведення емпіричних досліджень зв'язку оточуючого середовища, стратегії поведінки підприємства на ринку та обмеженістю необхідної інформації.

Рівень використання сукупного потенціалу маркетингових ресурсів досліджено на прикладі ТОВ «Комплекс Агромарс», основним видом діяльності якого є птахівництво (табл. 1). Продукція підприємства у більшій кількості реалізується на території України та у країнах дальнього зарубіжжя, незначна частина експортується у країни СНД.

Таблиця 1

Рівень використання сукупного потенціалу маркетингових ресурсів ТОВ «Комплекс Агромарс»

Види потенціалу	Коефіцієнт вагомості	Оцінка, %	Середня зважена оцінка, %
1.Потенціал маркетингового персоналу	0,20	60	12,0
2.Потенціал матеріальних ресурсів маркетингу	0,15	47	7,05
3.Потенціал фінансових ресурсів маркетингу	0,17	44	7,48
4.Потенціал інформаційних ресурсів	0,15	68	10,2
5.Потенціал інноваційних ресурсів маркетингу	0,18	56	10,08
6. Потенціал часових ресурсів маркетингу	0,15	69	10,35
Всього	1	-	57,16

Стратегічними напрямками розвитку підприємства визначено:

- розвиток сільськогосподарської діяльності на сучасній базі матеріально-технічного забезпечення, із застосуванням нових технологій вирощування, переробки, упаковки і постачання споживачам продукту;
- забезпечення нових робочих місць для жителів сіл Баришевського, Бориспільського і Яготинського районів, покращення їх умов і відпочинку;
- розвиток інфраструктури Баришевського району;
- сприяння наповненню вітчизняного ринку сільськогосподарськими продуктами високої якості.

Аналіз ринкового потенціалу ТОВ «Комплекс Агромарс» необхідно провести з метою встановлення відповідності його ресурсного забезпечення та наміченим планам.

Рівень використання сукупного потенціалу маркетингових ресурсів оцінено за шкалою оцінок, наведених в табл. 2.

Таблиця 2

Шкала оцінок використання сукупного потенціалу маркетингових ресурсів

Оцінка, %	Пояснення
0-20	Дуже низький рівень використання потенціалу
20-40	Низький рівень використання потенціалу
40-60	Середній рівень використання потенціалу
60-80	Високий рівень використання потенціалу
80-100	Дуже високий рівень використання потенціалу

Співставлення табличних даних свідчить, що ТОВ «Комплекс Агромарс» має середній рівень використання потенціалу маркетингових ресурсів. Це пояснюється тим, що половина елементів потенціалу маркетингових ресурсів використовуються на не достатньо високому рівні, що в сукупності з іншими складовими приносить невтішний результат.

Дослідження виявили, що підприємство на середньому рівні використовує потенціал фінансових ресурсів (44%), потенціал матеріальних ресурсів (47%), і потенціал інноваційних ресурсів (56%). Це вказує на те, що дані складові маркетингових ресурсів мають стабільний стан та потребують певних вдосконалень, з метою підвищення ефективності здійснюваної роботи підприємством.

За рахунок використання високого рівня потенціалу інформаційних (68%) та часових ресурсів (69%) підприємство має перспективу здійснювати необхідний робочий процес більш швидко та систематизовано. Також підприємство має високий рівень потенціалу маркетингового персоналу (60%), тобто підприємство добре забезпечене висококваліфікованими спеціалістами, що безперечно має важливе значення для ефективності його господарювання. Маркетинговий потенціал підприємства відіграє значну роль у його можливості бути конкурентоспроможним на ринку та ефективно здійснювати власну діяльність. Саме ефективне функціонування діяльності на підприємстві фахівців з маркетингу, сприятиме ефективному налагоджуванню товарної, збутової, цінової та комунікаційної політики.

Отже, з проаналізованого можна зробити підсумок, що маркетинговий потенціал підприємства ТОВ «Комплекс Агромарс» є середнім і потребує вдосконалення. Першочергово увагу слід приділити саме комунікаційному та збутовому потенціалу, застосувавши заходи щодо проведення рекламної кампанії та стимулюючих заходів, які сприятимуть покращенню показників діяльності підприємства, що надасть можливість підприємству зайняти лідируючі позиції на ринку, та закріпити власний імідж.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л.В., Мажинський Р.В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства: Навчальний посібник. - К.: ВД «Професіонал», 2006. – с. 30.

*Ярова М.А., студентка групи 4 МО,
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького
Пасєка А.С., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького*

ПРІОРИТЕТНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В КОНТЕКСТІ КОМПЛЕКСНОГО УПРАВЛІННЯ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В нестабільних ринкових умовах успішність функціонування підприємства на ринку залежить від його конкурентоспроможності, своєчасного встановлення стратегічних цілей, гнучкості виробничої системи, що забезпечується точністю та своєчасністю прийняття управлінських рішень. Ефективне управління підприємством в умовах ринку зводиться, власне кажучи, до керування його конкурентоспроможністю (до оцінювання й аналізу чинників, які підвищують або знижують конкурентоспроможність підприємства, вибору і реалізації відповідної стратегії і тактики для досягнення тієї або іншої мети) [3, с. 147].

Основним напрямком формування і вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю підприємства з позиції організаційної культури повинен бути акцент на стратегічних пріоритетах системи менеджменту, оскільки саме тут забезпечують розроблення і реалізацію перспективних конкурентних переваг. Цікаві висновки були зроблені американськими вченими Томасом Дж. Пітерсом і Робертом Х. Уотерменом, які у процесі аналізу «наддосягнень» 62 американських фірм, крім іншого, дійшли такого висновку [1, с. 87]:

- серед високоприбуткових фірм 88% мали спеціалізовані відділення, які відповідали безпосередньо за впровадження моральних цінностей;
- 65% фірм мали програми поєднання цих цінностей із заходами для підвищення рентабельності;
- 58% фірм розробили спеціальні програми культурної роботи серед персоналу.

У компаній із середнім і низьким рівнем прибутку відповідні показники були нижчими майже вдвічі.

Таким чином, процвітаючі підприємства мають набір чітких цінностей і керівних принципів. На менш успішних підприємствах або взагалі про це не згадували, або уявлення про цінності не узгоджувалося із керівними принципами. На жаль, в українських наукових і ділових колах єдиної думки про корпоративну культуру і її значення поки ще немає. Також ми не можемо назвати повномасштабних вітчизняних досліджень, присвячених її впливу на життєдіяльність підприємств. Але Україна — досить молода держава, і тому, описуючи ці процеси в нашій країні, можна опиратися лише на певні вибіркові дослідження.

Вітчизняні бізнесмени вже здобули певний досвід у впровадженні на своїх фірмах цієї культури. Соціологічні дослідження свідчать [1, с. 87]:

- 55% сучасних українських керівників вважають, що в ідеалі вона має бути на підприємстві;
- 40% наших підприємців намагаються сформувати її за допомогою західних технологій;
- 35 % визнають потребу у ній, але для цього в них не вистачає ні часу, ні ресурсів;
- 25% взагалі вважають її непотрібною.

Пояснити це можна тим, що у нашій державі наразі триває активний процес становлення підприємництва, але нові підприємства орієнтовані, в більшості, на швидке збагачення та «одноденне» функціонування, а не на міцні довготривалі відносини на ринку. Також, не кожен український бізнесмен повністю усвідомлює значення відповідності вкладу працівника у результат роботи та досягнення цілей підприємства в цілому, його заробітній платі, оскільки неможливе ефективне виконання професійних обов'язків без впевненості, в першу чергу, у відповідній достойній оплаті, яка повинна відповідати кваліфікації працівника, рівню середньої заробітної плати в регіоні (2240 грн. для Черкаського регіону станом на вересень 2011 року [4]), та забезпечувати потреби нормального рівня життя. Виникає необхідність вивчення всіх можливих інструментів для забезпечення тривалої роботи підприємства на ринку. Корпоративна культура як інструмент ефективного управління підприємством, дає змогу значно підвищити продуктивність праці, звести до мінімуму плинність кадрів в умовах, коли конкуренція загострюється, і доводиться боротись за кожную копійку прибутку, тому, необхідність впровадження організаційної культури на вітчизняних підприємствах очевидна.

Для визначення рівня організаційної культури можна запропонувати розраховувати інтегральний показник рівня організаційної культури досліджуваного підприємства, розроблений Слабко Я.Я. [2, с. 256]:

$$K_{ок} = \sqrt[n]{K_1 \times K_2 \times K_3 \times \dots \times K_8}$$

- де, $K_{ок}$ – інтегральний показник рівня організаційної культури;
- n – кількість параметрів оцінювання рівня організаційної культури;
- K_1 – показник освітнього рівня робітників підприємства;
- K_2 – показник стабільності персоналу підприємства;
- K_3 – показник трудової дисципліни;
- K_4 – показник міжособистісних відносин;
- K_5 – показник рівня здоров'я персоналу;
- K_6 – показник придатності основних фондів;
- K_7 – показник рівномірності виробництва;
- K_8 – питома вага інноваційної продукції в загальному обсязі продукції.

Для цього необхідно розрахувати складові інтегрального показника організаційної культури. Ми пропонуємо таку градацію інтегрального показника рівня організаційної культури: 0–0,25 – дуже низький рівень; 0,25–0,5 – низький рівень; 0,5–0,75 – середній рівень; 0,75–1 – високий рівень.

В ході вивчення даної проблеми, обов'язково варто враховувати особливості українського менталітету, суспільної свідомості й психології, які завжди впливали на наше економічне середовище й економічну культуру. У національному характері українців, ментальності, вкорінена низка рис,

пов'язаних із властивим для значної частини населення економічним нігілізмом. Оскільки проблема носить частково психологічний характер, то й вирішувати її потрібно відповідними методами. Так як частина українських підприємств вже має практику застосування елементів організаційної культури, то інші, для збереження та забезпечення майбутніх конкурентних переваг на ринку, повинні якнайшвидше запровадити власну стратегічно орієнтовану організаційну культуру, відповідальність за дотримання якої необхідно покласти на HR відділ, або окремого провідного фахівця (залежно від розміру підприємства), які б регулярно слідкували за дотриманням корпоративних цінностей, наголошували на важливості кожного працівника для організації, пріоритетності результату роботи як запоруки особистого задоволення роботою. Кожна організація повинна усвідомити необхідність формування демократичного клімату та довірливих взаємин з персоналом, що стане запорукою успішності, конкурентоспроможності та привабливості підприємства з погляду працівників. Чим сильніша організаційна культура, тим сильніша компанія, а потужна компанія є важливою складовою стабільності економічного й громадського життя держави.

Підсумовуючи, зазначимо, що якісно сформована та запроваджена організаційна культура є однією з тих потужних сил, що забезпечують довготривале функціонування підприємства на ринку, робить його соціально відповідальним та конкурентоспроможним в сучасних динамічних ринкових умовах, а отже, привабливим для працівників, які орієнтовані на довготривалу роботу в компанії, тим самим забезпечуючи їй мінімальну плінність кадрів та орієнтацію на якісне досягнення результату.

Список використаних джерел

1. Савчук Л., Бурлакова А. Розвиток корпоративної культури в Україні / Савчук Л., Бурлакова А. // Персонал. – 2005. - №5. – С. 86-90
2. Слабко Я.Я. Соціологічне дослідження рівня організаційної культури промислових підприємств придніпровського регіону / Я.Я.Слабко // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики: Міжвузівський збірник наукових праць. – 2010. - №44. – С. 256-262
3. Харчишина О.В. Формування організаційної культури як інструмент управління персоналом підприємства / О.В. Харчишина // Інноваційна економіка. – 2010. - №19. – С. 147-150
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://ukrstat.gov.ua/>

СЕКЦІЯ 4. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПОДАТКОВОЇ ТА БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ

УДК 336.225.673(477)

*Гурнак О.В., к.е.н., доцент,
Донецького національного технічного університету
Харченко В.Є., магістрант,
Донецького національного технічного університету*

ПРОБЛЕМА УХИЛЕННЯ ВІД ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

Дедалі більшого значення в українському економічному просторі набуває проблема ухилення від сплати податків. Ухилення від сплати податків становить значну частину тіньової економіки країни. За даними Міністерства економіки, рівень тінізації в 2007 році – 28%, в 2008 – 34%, в 2009 – 32% від реального ВВП. Це говорить про те, що до державного бюджету надходить менше коштів, ніж потрібно для виконання державою своїх функцій.

Дослідженням проблеми ухилення від сплати податків і перекладення податків займалися такі зарубіжні вчені, як M.Allingham, A.Sandmo, G.Becker, T.Besley, V.Erard, G.H.Stern, J.Feinstein, I.Preston, I.Sanchez, Mc.Clelland, M.Ridge, W.D.Schulze, а також, займаються українські вчені О.Сторожук, І.Коновалова, В. Вишневський, А. Веткін, М. Білик, І. Золотко та інші.

Уникнення державного контролю за результатами фінансово-господарської діяльності підприємницьких структур, що переростає в тіньову економіку, або нелегальний бізнес також є ухиленням від сплати податків. Ухилення від сплати податків може реалізовуватися двома шляхами: шляхом використання незаконних методів і шляхом легалізованих дій. В Українській економічній енциклопедії ухилення від сплати податків трактується як сукупність легальних і незаконних способів приховування доходів від оподаткування.

Еволюція податкових відносин постійно свідчить про ухилення від оподаткування, зумовлені як суб'єктивними, так і об'єктивними причинами. Оскільки через податки зменшується частина доходу (прибутку), що залишається у розпорядженні суб'єкта господарювання, то зрозумілим є його прагнення зменшити вилучення доходу шляхом мінімізації або несплати податкових платежів. Таке прагнення виникає навіть за умови існування наявних лазівок ухилення у податковому законодавстві. Це ж законодавство може об'єктивно змушувати підприємницьку структуру порушувати його через великий податковий тягар.

Серед основних чинників, котрі спонукають платників уникати сплати податків в Україні, можна виділити: погіршення фінансового становища бізнесу та населення; складність у розрахунках податкових сум; особливості податкової системи та податкової політики, що проводиться в країні; нераціональна структура оподаткування (висока частка прямих податків); недосконалість юридичної техніки податкового законодавства – складність податкової системи, що обумовлює зниження ефективності податкового контролю та створює

можливість уникнути сплати податків; рівень довіри платників до владних структур, котрі виконують функцію розподілу коштів, отриманих від податків; брак досвіду боротьби з податковими правопорушеннями; недостатня захищеність працівників органів контролю при виконанні ними службових обов'язків; недостатній розвиток міжнародної співпраці в справах боротьби з податковою злочинністю; негативне відношення до існуючої податкової системи – жорстка податкова система багато в чому не стимулює працю виробника, а, навпаки, підштовхує його до приховування прибутків та несплати податків; низька віддача з боку держави у виді суспільних благ. Платник податків не поважає систему, яка не поважає його як платника, не враховує його можливості зі сплати податків.

Необхідно зауважити, що різні види податків по-різному піддаються ухиленню залежно від способу нарахування податку, розміру податкових ставок, об'єкта оподаткування. Більше можливостей для ухилення від сплати мають непрямі податки (ПДВ, акцизний збір). Особливо це стосується ПДВ, оскільки його визначення здійснюється у відсотках до вартісного обсягу. Так, шляхом заниження обсягів реалізації чи завищення обсягів закупівлі суб'єкти господарювання намагаються зменшити розмір ПДВ, що необхідно сплатити.

Вищевикладене свідчить про очевидну необхідність здійснення кроків до вирішення проблеми податкових ухилень. В Україні, як не прикро, основною причиною ухилення від оподаткування є недосконала нормативна база у цій сфері, навіть після прийняття Податкового кодексу. [1]

Розвинуті країни світу мають значний багатовіковий досвід діяльності спеціальних органів, що здійснюють контроль за сплатою обов'язкових платежів та притягують до відповідальності за ухилення від їх сплати та інші порушення законодавства у галузі оподаткування. На підставі аналізу цього досвіду можна зробити ряд висновків, щодо застосування його в Україні задля поліпшення рівня сплачуваності податкових платежів.

Так, як було зазначено вище, податкова система має безпосередній вплив на стан економіки країни та прогресію порушень законодавства у галузі оподаткування. Значний податковий тягар викликає в більшості країн зростання вказаних порушень, за виключенням окремих країн з високою культурою платників податків, що заснована на традиціях поваги до будь-якого закону, наприклад, у Швеції. [2] Отже, можна зробити висновок, що в Україні слід дуже уважно слідкувати за розміром податкового навантаження і проводити аналіз його впливу на спроможність населення сплачувати податки. А саме, в Україні шляхом зниження податкового навантаження можна було б стимулювати малий та середній бізнес, що знаходиться під найбільшим тиском. Наприклад, можна зменшувати ставку єдиного податку із збільшенням кількості працівників підприємства, яке підлягає оподаткуванню єдиним податком, чи, принаймні, не збільшувати, як це відбувається сьогодні. Така зміна могла б стимулювати підприємця-роботодавця «виводити з тіні» реальну кількість працівників, створювати таким чином офіційні робочі місця, робити відповідні внески до Фондів соціального страхування та займатися бізнесом легально, а не «в тіні», оскільки велика кількість платників єдиного податку зі

зміною законодавства щодо цього податку не перейшли на загальну систему оподаткування, а «зникли в тіньовій економіці» чи ліквідували підприємства і, відповідно, не сплачують до бюджету нічого. Також, дуже важливо працювати над відповідністю тих суспільних благ, які населення країни отримує у відповідь на сплачені податки, податковому навантаженню на нього, та над розвитком податкової культури платників податків.

Нашій країні слід більше уваги приділити вдосконаленню податкового законодавства з боку відповідальності за податкові правопорушення як платників податків, так і посадових осіб. Так, наприклад, щодо регулювання діяльності контролюючих органів, можливо, слід узяти приклад з Іспанії, де поряд з достатньо помірною системою оподаткування діє високопрофесійний податковий орган та застосовуються значні фінансові санкції, чи зі Сполучених Штатів Америки, де тільки за вимогу сплати більшої суми податку чи хабара посадову особу Служби федеральних доходів може бути притягнуто до адміністративної (штраф до 20 тисяч доларів) чи кримінальної (до 5 років ув'язнення) відповідальності, а платники податків бояться проблем зі Службою федеральних доходів навіть більше, ніж із поліцією, оскільки знають, які суворі покарання за податкові злочини на них чекають. А, наприклад, санкції за вчинення податкових злочинів в Іспанії передбачають стягнення штрафів, що постають у дуже широкому спектрі, аж до 600%, а у ФРН позбавлення волі на строки в середньому до 7-10 років. [2] В Україні зміни у Податковому кодексі (глава 11) щодо застосування вищезазначеного рівня санкцій, а також, у Кримінальному кодексі (стаття 212), також, були б доцільними, однак, слід зазначити, що для цього спершу необхідно врахувати позитивні приклади побудови системи оподаткування розвинутих країн, адміністрування податків, зниження податкового тиску на певні верстви платників податків, як вже зазначалось вище, і лише після цього посилювати юридичну відповідальність за порушення законодавства, надавати додаткові повноваження посадовим особам контролюючих органів. Доцільно прийняти до уваги, що в США інформація про відповідальність за податкове правопорушення міститься навіть у кожній податковій формі, яку заповнює платник, подаючи звітність, щодо сплати податків, тож, кожний раз, коли він заповнює таку форму, він ознайомлюється з інформацією про відповідальність і ставить підпис, який підтверджує факт ознайомлення. Все це сприяє підвищенню рівня податкової культури серед платників та більш повній сплаті податків до бюджету і доцільне для використання і в нашій країні.

Список використаних джерел:

1. "Tax compliance" Journal of Economic Literature – Brian Erard and Jonathan Feinstein ,1998 – p.818-860. ;
2. В.П. Вишневский, А.П. Веткин, Е.Н. Вишневская и др. Налогообложение: теории, проблемы, решения - под общ. Ред. В.П. Вишневого - Донецк, ДонНТУ, 2006. – 504 с.

ШЛЯХИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПОДАТКОВОЇ ТА БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Податкова та бюджетна система є основою існування будь-якої держави. Це взаємозв'язані системи. Податкова система – це сукупність загальнодержавних та місцевих податків та зборів. Бюджетна система України – сукупність державного бюджету та місцевих бюджетів, побудована з урахуванням економічних відносин, державного і адміністративно-територіальних устроїв і врегульована нормами права.

Одна із проблем функціонування податкової та бюджетної системи виникає тоді, коли держава знаходиться в стані економічного спаду з одночасним швидким ростом рівня інфляції.

Доходи, які отримує держава, як правило, обмежені, а ріст суспільних потреб збільшує видатки. У зв'язку з цим виникає необхідність систематизації, обліку і контролю доходів і видатків держави, тобто виникає необхідність використання законодавчо затвердженого плану держави. Таким фінансовим планом є державний бюджет.

Ситуація, що склалась сьогодні в Україні, є характерною для економіки перехідного періоду, оскільки, як правило, при проведенні ринкових перетворень проходить зниження державного втручання в економічне і соціальне життя країни. На етапі перехідної економіки держава стоїть перед необхідністю проведення перетворень, які мають за мету нормалізацію державного бюджету, а саме зниження державних видатків та підвищення доходів бюджету.

Однак зниження державних видатків являє собою достатньо важкий процес, оскільки в даному випадку зачіпаються соціальні інтереси широких мас населення. Крім того, при цьому знижуються державні видатки на такі сфери, як освіта і інвестиції, які сприяють прискоренню економічного росту, що призводить до довгострокової соціальної нестабільності, яка паралізує діяльність народного господарства.

Тому в таких умовах особливої актуальності набуває питання ефективного формування доходів державного бюджету. Оскільки доходи державного бюджету формуються від експлуатації державного майна, стягнення податків та доходів цільових бюджетних фондів, то саме на них потрібно сконцентрувати увагу. Ріст доходів від експлуатації державного майна – довгострокова перспектива, яка потребує вкладання значних фінансових і трудових ресурсів і результат якої може стати відчутним лише через значний проміжок часу.

Доходи від податків є самим гнучким інструментом наповнення державного бюджету, але продуктивне функціонування податкової системи потребує комплексної роботи з залучення податкових коштів.

Реформування податкової системи повинно відбуватися відповідно до довготривалих макроекономічних цілей розвитку України. З одного боку, це

побудова соціально орієнтованої економіки, а з іншого – стимулювання розвитку виробництва. Виходячи із зазначених цілей розвитку, головні характеристики, які має набути податкова система в процесі реформ, – це соціальна орієнтація та висока ефективність її регуляторного потенціалу.

Основний зміст податкової реформи зводиться до зниження податкового навантаження на товаровиробників при одночасному нівелюванні можливих негативних впливів на стан бюджетного балансу. Зниження податкового навантаження стало основним мотивом усіх дискусій. Водночас це не абстракція, а конкретний показник. Зараз вважається, що найбільш прийнятним показником є відношення податків до ВВП. Але, такий показник повинен обов'язково уточнюватися, виходячи з сучасних макроекономічних реалій. При коригуванні податково-бюджетної системи існує об'єктивна необхідність урахування наявності державного боргу, рівня податкової заборгованості, сплати фінансових санкцій. Внаслідок ухилення від сплати податків, замість фактично існуючого рівня перерозподілу через бюджет 25–30 % ВВП, частка податків, які стягуються з окремих платників, здатна досягати 40–45 % їх доходів.

Однак у даному випадку це зумовлено не власне структурою податкової системи, а недоліками адміністрування податків. Тобто, віддаючи належне привабливості ідеї зниження податкового тягара, зміщення пріоритетів у податковій політиці на зниження податкового навантаження не повинно абсолютизуватися. Воно повинно відбуватися поступово, розраховуючи на компенсацію бюджетних втрат за рахунок розширення податкової бази через зменшення обсягів тіньового сектора та загального пожвавлення виробництва.

Сьогодні в Україні альтернативи суттєвому зниженню податкового тягара немає. На шляху реалізації такої політики стоять наступні проблеми:

- 1) наявність значного державного боргу, що включає зовнішній, внутрішній борг та рівень кредиторської заборгованості бюджетних установ;
- 2) дефіцит бюджету, який сьогодні набув латентного характеру;
- 3) великі обсяги загальнодержавного споживання, здійснити значні обмеження якого у короткостроковий період не вдасться.

Аналізуючи всі ці вимоги, можна дійти висновку, що податкова реформа має відбуватися еволюційним шляхом. Кардинальна реформа податкової системи у найближчий час недоцільна через відсутність:

- 1) реальних умов здійснити відчутне і швидке зниження податкового навантаження;
- 2) впевненості, що вивільнені внаслідок зменшення податкового навантаження кошти будуть спрямовані на виробничі потреби;
- 3) адекватності між отриманими вигодами та втратами (матеріальними і моральними), що виникнуть внаслідок реалізації податкових змін;
- 4) умов для запобігання ухиленням від сплати податків;
- 5) виваженої державної політики видатків.

Вдосконалення міжбюджетних відносин повинно здійснюватися, по-перше, шляхом більш раціонального розподілу між бюджетами різних рівнів закріплених доходів, по-друге, диференціацією нормативів відрахувань від

регулюючих доходів на об'єктивній основі, по-третє, квотуванням, тобто закріплення частини від окремих видів податків за бюджетами різних рівнів на довготривалій основі.

Способом розмежування доходів між рівнями бюджетної системи є встановлення кожним рівнем управління своїх ставок (надбавок) з того чи іншого податку в межах, передбачених законодавством.

Система бюджетних відносин відіграє важливу роль в ослабленні дії центральних сил, які виникають в багатих природними ресурсами регіонах, оскільки вона дозволить утримувати ці райони в узгоджених рамках. Якщо в державі не створено відкритої системи бюджетних відносин, що ґрунтується на узгоджених діях всіх сторін, кожна з яких має свої інтереси, збереження системи непорядкованих бюджетних відносин може бути небезпечним для держави. Створення справедливої відкритої системи на базі організаційно-правового процесу, в якому приймають участь всі райони, сприяє досягненню більшої узгодженості у питаннях дольового розподілу податків.

Вибір оптимального рішення проблеми раціонального перерозподілу податків між рівнями бюджетної системи визначається тільки в результаті достатньо тривалого періоду еволюції національної бюджетної системи. Тільки власний досвід дозволяє, враховуючи специфіку економічних умов, визначити таке співвідношення конкретних видів податкових поступлень в бюджети різних рівнів і методів їх розподілу, яке в максимальній мірі буде відповідати функціональному призначенню тих чи інших податків і мірі їх впливу на процес суспільного відтворення.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України. - <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Податковий кодекс України. - <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Бойко І.А., Камінська І.В. Актуальні проблеми у податковій системі та необхідність його реформування. Буковинська державна фінансова академія.
4. Валінкевич Ю.Б. Податкова система України: стан, проблеми, перспективи.

УДК 336

*Таран О.О., студентка групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Фінансова система є сукупністю різноманітних форм організації фінансових відносин між державою і підприємствами, між підприємствами, організаціями, з одного боку, і населенням, з іншого. Тому вона є одним із головних важелів здійснення державою фінансової політики. Держава мобілізує фінансові ресурси, розподіляє їх, і використовує як виконання своїх функцій на основі прийнятих законодавчих актів [6, с.173].

Створення досконалої фінансової системи України – одна з найголовніших проблем держави. Адже недосконала фінансова система створюватиме негативний вплив на процеси суспільного розвитку. Виникнення фінансових відносин, як і їх відмирання, є об'єктивними процесами, що не пов'язані з діяльністю держави. Держава може лише впливати на розвиток фінансових відносин: вводити чи відміняти конкретні види платежів, змінювати форми використання фінансових ресурсів і т. п. Фінансове регулювання економічних та соціальних процесів відбувається, насамперед, через перерозподіл частини доходів підприємств, організацій, населення, і спрямування цих коштів у бюджети та державні цільові фонди з метою задоволення державних потреб.

Конкретними формами здійснення розподілу і перерозподілу створеної вартості є фінансові важелі, до яких відносять податки, обов'язкові збори, норми амортизаційних відрахувань, норми витрачання коштів у бюджетних установах, орендну плату, процент за кредит, дотації, субсидії, субвенції, штрафи, пеню, премії та ін. Особливістю фінансових важелів є те, що вони ґрунтуються на врахуванні економічних інтересів держави, підприємств, організацій, населення [6, с.29].

Державні фінанси виступають важливим інструментом впливу на процес суспільного відтворення, підтримки темпів економічного зростання, розвитку головних галузей господарювання, структурної перебудови економіки, прискорення НТП [3, с.32].

Головна ланка державних фінансів – бюджетна система, яка включає державний бюджет і бюджети відповідних адміністративних одиниць. Бюджет – це фінансовий план утворення та використання грошових фондів, що регулюються відповідно органами центральної або державної влади. В умовах перехідної економіки провідну роль виконує бюджет в перерозподілі фінансових ресурсів, як і національного багатства в цілому. Це зумовлено тим, що бюджет є тим інструментом, за допомогою якого здійснюється регулювання економічних процесів, чого не можна досягнути іншими методами, в тому числі й чисто ринковими [5, с.103].

Світовий досвід свідчить, що з розвитком ринкових відносин роль держави в розподільчих процесах повинна зростати, а бюджет виступає найдосконалішим засобом для здійснення державою цієї функції. У більшості розвинутих країн світу через бюджет перерозподіляється від 30% до 50% валового внутрішнього продукту.

До бюджетної системи також входять місцеві бюджети, на які покладається функція розвитку комунального господарства, будівництво певних об'єктів економічної та соціальної інфраструктури, розвиток охорони здоров'я, утримання міліції та ін. Держава через бюджет акумулює велику частину національного доходу. Фінансуючи народне господарство і соціально - культурний розвиток країни, регулює ці процеси, контролює додержання режиму жорсткої економії коштів, зростання їх надходжень, а через них - скорочення бюджетного дефіциту.

Державний бюджет – найбільший централізований грошовий фонд, що перебуває в розпорядженні уряду. Він відображає грошові відносини, що виникають між державою та юридичними, фізичними особами з метою перерозподілу національного доходу в зв'язку зі створенням і використанням коштів для фінансування господарства, здійснення соціальної політики, розвитку науки, культури, освіти, забезпечення оборони країни і управління суспільством [5, с.144].

Фінансові відносини, що виникають між підприємствами, закладами і населенням з державою – це бюджетні відносини, які створюються на основі доходів і видатків державного бюджету, що в свою чергу є основними економічними формами, на основі яких відбувається перерозподіл створених в суспільстві фінансових ресурсів.

Видатки державного бюджету – це економічні відносини, які виникають в зв'язку з розподілом грошових коштів держави та їх використанням на потреби господарства та на виконання функцій держави. З метою ефективної організації бюджетної системи України необхідно працювати у таких основних напрямках:

1. Насамперед, слід внести зміни у законодавчі акти, щодо відповідальності за порушення бюджетного законодавства. Мета цих заходів: довести до свідомості усіх учасників бюджетного процесу, що бюджетні кошти – це не “безхазяйне” майно, вони належать державі, яка, в свою чергу жорстко каратиме за будь-яке порушення бюджетних процедур [6, с.107].

2. Необхідно комплексно підійти до адміністративної реформи. Значно та поетапно підвищити оплату праці держслужбовців. Щоб не збільшувати навантаження на бюджет, цього можна досягнути шляхом скорочення чисельності держслужбовців.

3. Законодавчо розділити повноваження і відповідальність учасників бюджетного процесу. Насамперед це стосується законодавчої і виконавчої влади [5, с.72].

Головним матеріальним джерелом державних доходів є національний дохід. Створення державних доходів відбувається в процесі перерозподілу національного доходу, який здійснюється державою відповідними фінансовими методами.

Основними методами, за допомогою яких держава акумулює необхідні для неї засоби, є податки, позики, емісія грошей. Податки – основне джерело фінансування державних витрат, за умови правильного виконують важливу економічну функцію: регулюючий вплив на розвиток економіки, стимулювання ділової активності. Якщо податки економічно необґрунтовані, то вони можуть пригнічувати розвиток підприємств і стимулів до праці, а також спричинювати нерівномірний перерозподіл доходів між соціальними групами. Підсумовуючи, варто констатувати, що держава завжди повинна проводити науково – обґрунтовану політику [4, с.33].

Сьогодні в Україні зростає роль фінансів підприємств. Фінанси підприємств - це сукупність грошових відносин, пов'язаних із формуванням грошових доходів і нагромаджень підприємств.

Вони забезпечують кругообіг і обіг капіталу й відображають взаємовідносини з державним бюджетом, податковими органами, банками, страховими компаніями та іншими установами фінансово-кредитної системи. За допомогою фінансів підприємств створюється національний продукт, що є джерелом формування фінансових ресурсів і держави, і населення [2, с.79].

У складі фінансових стимулів розвитку виробництва і підвищення його ефективності можна виділити:

- бюджетні стимули;
- ефективне інвестування фінансових ресурсів;
- фінансові пільги і санкції [6, с.19].

Забезпечення постійного одночасного зростання доходів кожного з суб'єктів досягається на основі безперервного зростання ВВП. Саме темпи зростання ВВП характеризують динаміку фінансових відносин: чим вони вищі — тим більше задовольняються потреби в доходах. Постійне зростання доходів створює сприятливі економічні умови для суспільного розвитку, що веде до кількісного та якісного покращення функціонування фінансової системи країни.

Список використаних джерел:

1. Близнюк О. П., Лачкова Л. І., Оспіщев В. І. та ін. Фінанси: Навч. посібник.— К.: Знання, 2006. – 415с.
2. Боди З., Мертон Р. Финансы. Учебное пособие. -М.: Издательский дом "Вильямс", -2007. – 592с.
3. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. – Львів, 2001. – С. 52.
4. Мельника В. М. Фінансова стратегія-К.:Дія, 2010. – 235 с.
5. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємств: Підручник. -К., 2000 р.- 255с.
6. Шовкун В. Напрями реформування фінансової системи України/ Фінанси України. – 1995, № 1. – С. 42.

СЕКЦІЯ 5. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 338.434

Вербицька Т.В., студентка групи 5 МО

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Однією з проблем вступу України до європейських та євроатлантичних структур є розробка зрозумілих для іноземного інвестора методик оцінки інвестиційної привабливості українських підприємств та приведення вітчизняних форм звітності до міжнародних стандартів. Крім того суперечливість деяких Законів України, їх невідповідність нормам міжнародного права та нестабільність правового поля взагалі, призводить до непорозуміння між іноземними інвесторами та органами державної влади.

Інвестиційна привабливість може розглядатися на рівні країни, галузі, регіону, підприємства. Підприємство в цій системі є кінцевим пунктом вкладання коштів, де реалізуються конкретні проекти. А привабливість кожного проекту буде визначатися привабливістю всіх названих рівнів. В економічній літературі існують різні підходи до визначення інвестиційної привабливості, чи інвестиційного клімату, держави як сукупності політичних, правових, економічних і соціальних умов, що забезпечують інвестиційну діяльність вітчизняних і закордонних інвесторів. У найбільш загальному виді, не вдаючись в аналіз цих підходів, систему визначальних факторів можна представити в такий спосіб: політико-правове середовище, економічне середовище, ресурси й інфраструктура [1, с. 90].

Проаналізувавши існуючі методи оцінки інвестиційної привабливості, можна дійти висновку, що на сьогодні досить слабо розвинена методологічна база оцінки інвестиційної привабливості, що враховує особливості діяльності підприємств. На сьогодні існує три найбільш характерних підходи до оцінки інвестиційної привабливості: обмежений, розширений факторний, ризиковий.

Існуючі підходи копіюють досвід закордонних країн, деякі з них адаптовані до сучасних умов, але вони досить слабо працюють у сучасній практиці. Оскільки, як правило, такі методики використовуються в стабільній обстановці ефективного ринку: за умови інформаційної прозорості, універсальності статистичної й бухгалтерської звітності й, що важливо, її коректності. Іншою проблемою, з якою зіштовхується інвестор, є відсутність повної й достовірної інформації про об'єкт оцінки й методик, які б відображали специфічні особливості підприємств.

Вивчення вітчизняного й зарубіжного досвіду оцінки інвестиційного клімату показує, що часто не враховується ряд важливих методологічних положень, вироблених сучасною економічною наукою:

1. Інвестиційний клімат країни, і навіть регіонів, у літературі розглядається, як правило, з позиції абстрактного стратегічного інвестора, який прагне до прискореного, максимального, безперешкодного одержання прибутку (доходу). Але капітал буває різний (промисловий, торговий, позиковий, акціонерний), як і інвестиції, а інвестори переслідують певні цілі. Цей капітал діє через інвестиції реальні, прямі, капіталостворюючі, інвестиції в людину. Для всіх різновидів інвестицій необхідний різний інвестиційний клімат.

2. Одержувач інвестицій і інвестор переслідують, як правило, неоднакові цілі. Отже, інвестиційний клімат повинен відповідати балансу інтересів.

3. Інтегрований інвестиційний ресурсний фактор у суспільному відтворенні діє в системі факторів-ресурсів, що знаходяться у взаємодії, погодженій в часі та просторі. Інвестиційний клімат має бути не тільки стабільним протягом тривалого часу, а і досить гнучким, враховуючим зміни в співвідношенні факторів-ресурсів суспільного відтворення. Одночасно він має бути націлений на формування системи факторів-ресурсів у народному господарстві країни чи регіону.

4. Сьогодні існує об'єктивна потреба в інноваційній „наповненості” інвестицій, що залучаються. Сполучення інвестицій з інноваційними факторами розвитку особливо актуальне при залученні інвестицій у сферу малого інноваційного підприємництва (венчурного інвестування). Це зумовлює особливі вимоги до інвестиційного клімату, його складових, механізму інвестування.

5. Зв'язок інвестування із соціальною динамікою, як правило, розглядають з погляду необхідності вирішення соціальних задач (забезпечення зайнятості, підвищення життєвого рівня, формування творчого характеру праці й ін.).

6. Інвестиційний клімат не повинен порушувати комплексні властивості економічної стійкості й економічної безпеки господарських систем.

7. З метою забезпечення балансу інтересів інвесторів і соціально-економічної системи, що інвестується, потрібна комплексна оцінка ефективності використання залучених інвестицій і сприятливості інвестиційного клімату.

Дані положення можуть бути покладені в основу аналізу переваг і недоліків методів оцінки інвестиційного клімату. Як основний показник оцінки інвестиційної привабливості господарської системи, у тому числі й регіональної, прихильники обмеженого підходу пропонують прийняти рівень прибутковості використовуваних активів, що розраховується за двома варіантами: відношення прибутку від реалізації товарів і послуг до загальної суми використовуваних активів; відношення балансового прибутку до загальної суми використовуваних активів [2, с. 200].

Найбільш відповідає більшості методологічних вимог факторний метод оцінки інвестиційного клімату. До його переваг можна віднести врахування взаємодії багатьох факторів-ресурсів, а також ієрархічності національної економічної системи; використання статистичних даних, що нівелюють суб'єктивізм експертних оцінок; диференційований підхід до різних рівнів економіки, регіонів при визначенні їх інвестиційної привабливості; прагнення

забезпечити максимально ефективне використання всіх можливих джерел інвестицій [3, с. 45].

Сформульовані вище додаткові методологічні вимоги до характеристики інвестиційного клімату дозволяють запропонувати ряд напрямків удосконалення факторного методу його оцінки. Це:

— сполучення інтересів інвесторів і соціально-економічної системи країни, регіону, яка інвестується; врахування необхідності структурних перетворень і забезпечення економічної стійкості країни чи регіону;

— упор на оцінку стану, розвитку й ефективного використання науково-технологічного й інноваційного потенціалів;

— вилучення з набору обов'язкових таких важко зумовлених факторів, як відношення працівників регіональних органів до підприємництва; відношення населення до вітчизняних і іноземних підприємців; відношення регіональної влади до іноземних інвесторів і т.п.;

— структуризація інвестиційного клімату регіонів за галузями, хоча б основними, пріоритетними в економіці;

— відображення рівня розвитку міжрегіональної кооперації й міжрегіонального розподілу праці.

Таким чином, можна у певній мірі констатувати, що при великій кількості публікацій, присвячених проблематиці інвестиційного клімату, інвестиційній привабливості господарських суб'єктів, багато принципів питань залишилися не дослідженими, особливо, щодо рівня підприємства в умовах ринкових перетворень. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства відкриває нові можливості диверсифікації для вітчизняних й іноземних інвесторів, підвищує гарантію вкладення коштів іноземних інвесторів в інвестиційні проекти. Проте, неврахування деяких положень, може в кінцевому результаті дати неправильну оцінку щодо інвестиційного клімату. Тому для вирішення даного питання необхідно використовувати факторну модель оцінки інвестиційної привабливості, яка буде враховувати всі можливі показники, які притаманні конкретному суб'єкту господарювання.

Список використаних джерел:

1. Владимиров С.В., Борисенко Б.М. Оцінка інвестиційної привабливості потенційних об'єктів інвестування при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності / С.В. Владимиров, Б.М. Борисенко // *Культура народів Причорномор'я: науковий журнал*. – 2005. – № 59. – С.90
2. Тхор О.С., Гуревич В. В. Дослідження методологічного апарату оцінки інвестиційного клімату під час аналізу інвестиційної привабливості підприємства / О. С. Тхор, В. В. Гуревич // *Економічний вісник Донбасу*. – 2011. – № 3(25). – С. 198-201
3. Гуданіч Д. О. Оцінка інвестиційної привабливості регіонів / Д. О. Гуданіч // *Вісник Хмельницького національного університету*. – 2010. – № 3. – С. 43-46
4. Носова О. В. Інвестиційна привабливість підприємства / О. В. Носова // *Стратегічні пріоритети*. – 2007. - № 1(2). – С. 120-126

*Виннік Я.Ю., студентка групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

В сучасних умовах інвестиції виступають важливим засобом забезпечення умов виходу з економічної кризи, структурних зрушень в національній економіці, забезпечення технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- та макрорівнях. Активізація інвестиційного процесу є одним із найбільш дієвих механізмів соціально-економічних перетворень.

Позитивний історичний досвід показує, що сам ринковий механізм не може забезпечити комплексне використання інвестицій на напрямках, що забезпечують державні та загальнонаціональні інтереси. Тому важливим питанням є здійснення ефективного державного регулювання інвестиційних процесів за допомогою оптимального поєднання державних і ринкових важелів.

На жаль, в Україні дотепер не створено обґрунтованої системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств. Як наслідок цього, в інвестиційній діяльності країни утворилося замкнуте коло, коли недоінвестування народного господарства посилює спад виробництва, що, в свою чергу, спричинює зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та держави. Вивести Україну з цієї ситуації може лише науково обґрунтована інвестиційна концепція та програма держави.

Проблема настільки очевидна, що кількість наукових праць, конференцій та круглих столів з даної проблематики за останнє десятиріччя в Україні підрахувати досить важко. Проблемам державного регулювання інвестиційної діяльності присвячено багато науково-дослідницьких робіт таких науковців як Ф.А. Важинського, М.П.Денисенко, А.В. Колодійчука, А.Ю. Яремко, А. Касприка, Г.С. Стефанишина, О.О. Тихоновської, О. Шатила та багатьох інших.

Інвестиції є основою перебудови сектору матеріального виробництва, а тому держава повинна застосовувати весь комплекс економічних, правових та адміністративних засобів для подолання негативної тенденції скорочення обсягів інвестицій та підвищення інвестиційної активності. Усі методи державного регулювання інвестиційної діяльності є взаємозв'язаними, а тому застосування їх не може бути довільним. Кожна модель державної інвестиційної політики є певним поєднанням заходів та відповідних державних інститутів, що розробляють та реалізують ці заходи.

До форм державного регулювання інвестиційної діяльності відносять: визначення пріоритетних сфер та об'єктів інвестування; податкове регулювання інвестиційної діяльності; регулювання інвестиційної діяльності через надання фінансової допомоги інвесторам, проведення відповідної кредитної і амортизаційної політики; регулювання участі інвесторів у приватизації;

регулювання форм і умов фінансового інвестування; експертизу інвестиційних проектів у процесі розроблення державних інвестиційних програм; забезпечення захисту інвестицій; регламентування умов вивозу капіталу для здійснення інвестицій за кордон.

Бюджетні методи регулювання для України мають особливе значення, оскільки ринок інвестиційних ресурсів недостатньо сформований, існує гіпертрофована структура економіки, надмірна диференціація технічного рівня виробництв, високий рівень монополізації, не замкненість на внутрішній ринок виробничих циклів, банки майже не здійснюють довгострокового кредитування, а власних інвестиційних коштів підприємствам бракує.

Для збільшення бюджетного інвестування необхідно реформувати структуру бюджетних видатків, зменшуючи при цьому витрати дотаційного характеру і відповідно збільшуючи фінансування інвестиційно-інноваційних програм. З цією метою в поточний бюджет країни доцільно ввести окремою статтею бюджет розвитку, основним завданням якого є фінансування державних інвестиційних проектів. Джерелом поповнення бюджету розвитку можуть бути кредити міжнародних організацій, кредити Нацбанку, виплати за раніше наданими позиками, надходження від випуску в обіг довгострокових інвестиційних облігацій з доходом, який гарантується заставою конкретного майна, що перебуває в державній власності.

Розширення бюджетного інвестування має супроводжуватися реформуванням системи оплати праці, передовсім збільшенням частки заробітної плати у витратах на виробництво продукції. Це можливо тільки за реалізації інноваційних проектів, запровадження яких підвищить продуктивність праці та стане підставою для зростання оплати праці. Збільшення заробітної плати дасть можливість відмовитися від багатьох соціальних програм та субсидій, дещо скоротивши видатки бюджету з одночасним вивільненням додаткових коштів на потреби структурної перебудови.

Крім того, одним з головних важелів, що дають можливість державі на макрорівні впливати на інвестиційну сферу є амортизаційна політика. У промислово розвинутих країнах серед джерел інвестиційних ресурсів кошти амортизаційного фонду, який є часткою власних коштів підприємств, найбільш вагомі. Аналізуючи процеси відтворення основних фондів в Україні більшість економістів погоджується з тим, що існуюча амортизаційна політика не сприяє, а навпаки, протидіє накопиченню інвестиційних ресурсів. Багаторазові затримки індексації основних фондів, застосування занижених індексів і коефіцієнтів призвели до того, що розміри амортизаційних відрахувань підприємств стали в кількадесят разів меншими від сум, реально необхідних для відтворення основних фондів. За останні десять років амортизаційні фонди українських підприємств практично повністю втратили своє значення як джерело власних коштів для фінансування інвестицій.

Тому, з метою активізації інвестиційних процесів доцільно: проводити індексацію основних фондів відповідно до темпів зростання цін з періодичністю не менше ніж один раз на рік; відмовитись від застосування

знижувальних коефіцієнтів до норм амортизації; припинити практику вилучення амортизаційних нарахувань до бюджету; дозволити підприємствам самостійно вибирати методи амортизації та вільно переходити з прискорених методів на рівномірні; запровадити систему контролю цільового використання амортизаційних фондів на цілі інвестування у виробництво.

Список використаних джерел:

1. Чистов С.М. Державне регулювання економіки: Навч. посібник. / С.М. Чистов - К.: КНЕУ, 2000. – 316 с.
2. Касприк А. Формування державного механізму управління інвестиційним процесом в Україні / А. Касприк // Вісник Львів. Ун-ту серія екон. Вип. 19. - 2009, - С. 262-269.
3. Ковальчук О.В. Моніторинг інвестиційних процесів в Україні / О.В. Ковальчук // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 7. – С. 36-42.
4. Тихоновська О.О. Активізація та підвищення ефективності інвестиційних процесів в Україні / О.О. Тихоновська // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції молодих учених та студентів. — Донецьк, ДонНТУ - 2010, - С. 232–235.

УДК 339.7

*Голубятнікова А.В., студентка групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення умов становлення ринкової економіки, структурних зрушень в народному господарстві, забезпечення технічного прогресу, підвищення якісних показників господарської діяльності на мікро- і макрорівнях. Найчастіше пріоритетне значення набувають питання формування перспективних напрямів інвестиційної діяльності підприємства, ефективним інструментом вирішення яких є стратегічне планування. Активізація інвестиційного процесу є одним з найдійовіших механізмів соціально-економічних перетворень.

Сьогодні від ефективності інвестиційної політики залежать стан виробництва, положення і рівень технічного рівня основних фондів підприємств народного господарства, можливості структурної перебудови економіки, вирішення соціальних і екологічних проблем. Інвестиції є основою для розвитку підприємств, окремих галузей і економіки в цілому.

Окремі аспекти процесу формування інвестиційного портфеля підприємств досліджено в роботах багатьох науковців, таких як: Н. В. Сичова, Я. М. Мікіна, І.Т. Балабанова, Б.І. Альохіна, І.Т. Бланк, О.О. Пересада, Л.І. Нейкова, Д.М. Черваньов, А.Ф. Гойко, Г.М. Поддєрьогін, А.Г. Ахламов, А.В. Козаченко [2].

Формування напрямків інвестиційної діяльності на підприємствах з урахуванням перспективи являє собою процес розробки інвестиційної стратегії. Інвестиційна стратегія підприємств є системою довгострокових цілей інвестиційної діяльності і набором найбільш ефективних шляхів їхнього

досягнення. Традиційно стратегічне планування інвестиційної діяльності являє собою процес планування довгострокових інвестиційних цілей підприємства та шляхів їх досягнення. Період стратегічного планування становить, як правило 3 – 5 років. Інвестиційна стратегія завжди пов'язана з поточним станом підприємства, його діючою технічною, технологічною та фінансовою базою.

Питанням формування інвестиційної стратегії сучасних промислових підприємств приділяється значна увага, про що свідчить велика кількість наукових праць в цій сфері. Проте дотепер не в повній мірі розроблено комплексний підхід, що враховує тривалість інвестиційного циклу, можливі джерела фінансування, ризик та інші чинники, які впливають на формування і реалізацію інвестиційної стратегії підприємства.

Основною метою управління інвестиційною діяльністю на рівні підприємства є забезпечення найефективніших шляхів реалізації інвестиційної стратегії на окремих етапах її здійснення. В процесі реалізації інвестиційної цієї мети інвестиційне управління напрям на вирішення таких задач: забезпечення високих темпів економічного розвитку підприємства за рахунок ефективної інвестиційної діяльності, забезпечення максимізації прибутку від інвестиційної діяльності, забезпечення мінімізації інвестиційних ризиків, забезпечення фінансової стійкості і платоспроможності підприємства в процесі здійснення інвестиційної діяльності, пошук шляхів прискорення інвестиційних програм [1].

Враховуючи складність та багатогранність процедури формування інвестиційних процесів, доцільний їх розподіл на ряд етапів (рис.1).

Обирати інвестиційну стратегію слід з огляду на ряд критеріїв, котрі визначають її доцільність: узгодженість з фінансовими ресурсами, майбутня ефективність, визначеність за термінами досягнення мети, оптимальність поєднання очікуваного прибутку з можливими ризиками, узгодженість запланованих інвестицій з економічними умовами зовнішнього середовища[3].

Важливою умовою визначення періоду формування інвестиційної стратегії підприємств є тривалість періоду, прийнятого для формування загальної стратегії підприємства. Через те, що інвестиційна стратегія носить стосовно неї підпорядкований характер, вона не може виходити за межі цього періоду. Однією з умов визначення періоду формування інвестиційної стратегії на рівні корпоративних систем є їхня галузева приналежність.

Результати обстеження компаній США показують, що:

- найбільший період (понад 10 років) характерний для розробки інвестиційної стратегії так званими інституціональними інвесторами (інвестиційними фондами, інвестиційними компаніями тощо);
- менший період (5-10 років) характерний для компаній і фірм, що здійснюють свою діяльність у сфері виробництва засобів виробництва й у видобувних галузях промисловості;
- ще більш короткий період (3-5 років) характерний для компаній і фірм, що здійснюють свою діяльність у сфері виробництва споживчих товарів, роздрібною торгівлі і послуг населенню [2].



Рис.1. Основні етапи процесу формування інвестиційної стратегії підприємства [3].

Вважаємо, що і в наших умовах таку галузеву диференціацію середнього періоду формування інвестиційної стратегії варто вважати доцільною.

При формуванні стратегічних цілей інвестиційної діяльності на підприємствах необхідно виходити насамперед із системи цілей загальної стратегії економічного розвитку. Ці цілі можуть бути сформовані у вигляді забезпечення приросту капіталу, приросту рівня прибутковості інвестицій і суми доходу від інвестиційної діяльності, зміни пропорцій у формах реального і фінансового інвестування тощо. При цьому формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності повинне погоджуватися зі стадіями життєвого циклу і цілями господарської діяльності корпоративної структури [1].

Список використаних джерел:

1. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч.посібник. / А.П. Міщенко – Київ: «Центр навчальної літератури», 2004.– 336с.

2. Залозна Ю.С. Економічна діагностика інвестиційних проектів при прийнятті управлінських рішень / Ю.С. Залозна // Регіональні перспективи. 2008. – №4. – С. 14 – 15.
3. Федоренко В.Г. Інвестознавство: Підручник: 2-ге вид., переробл. / В.Г. Федоренко – К. МАУП, 2002. – 408 с.

УДК 339.187

*Градова О.В., студентка 4-го курсу економічного факультету,
Волинського національного університету імені Лесі Українки
Кутузов М.Р., к.е.н., доцент кафедри обліку та аудиту,
Волинського національного університету імені Лесі Українки*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИКОРИСТАННЯ ЛІЗИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ У ВІТЧИЗНЯНІЙ БАНКІВСЬКІЙ СИСТЕМІ

Вивчення питання використання лізингового механізму у банківських інститутах є досить актуальним, оскільки в Україні він мало застосовується порівняно із зарубіжними країнами, а слід зазначити, що проведення лізингових операцій є достатньо безпечним для банків, оскільки при їх здійсненні дотримуються принципи цільового використання кредиту й забезпеченості його ліквідною заставою.

За умов економічної нестабільності українські банки згорнули масштабні кредитні програми. Проте, навіть за умов стабільного ринку вітчизняні банківські установи як учасники інвестиційного процесу пропонують клієнтам застосовувати переважно традиційні кредитні схеми фінансування їх господарської діяльності. Вони мають свої переваги, однак іноді спричиняють низку проблем. Найгостріші з них — обмеження інвестиційних можливостей суб'єктів підприємницької діяльності, недостатність обсягів бюджетних капіталовкладень в оновлення основних фондів, повільний розвиток інвестиційного кредитування (що у свою чергу пов'язано з високим рівнем кредитних ризиків), відсутність у більшості потенційних позичальників реальної гарантії повернення кредитів та ліквідної застави.

Один зі шляхів подолання цих негативних явищ (і водночас — підвищення прибутковості й зменшення ризиковості банківської діяльності) полягає у розширенні та вдосконаленні лізингу в банківських установах.

Зокрема, такі вітчизняні науковці як О.О. Непочатенко, Ю.В. Човнюк, Н.І. Мужук [3, 83-91] систематизують роль банків у сфері лізингу відносно суб'єктів лізингового ринку. Тобто, визначають що комерційний банк може виступати як лізингоодержувачем, так і лізингодавцем, а найкращим напрямом, на їх думку, є створення комерційними банками власних дочірніх лізингових компаній. Схильні до цього погляду І.В. Наумець [4, 16-19], який розглядає сучасний стан лізингу в Україні та аналізує надання банківськими установами лізингових послуг самостійно та через дочірні компанії, та зарубіжні вчені М.С.Леонова, І.Р. Шпербер. Так, останні зокрема погоджуються з твердженням американського економіста Х. Хеймела, який зазначав, що лізингова компанія діє як рука банку, котрий не може або не бажає брати участь в прямому лізинговому кредитуванню [5, 47-53].

На підставі аналізу досвіду діяльності вітчизняних банківських установ, лізингових компаній та інших фінансових установ ми схилиємося до систематизованого організаційно-економічного статусу банківських установ у лізинговій діяльності наведеного Н.І.Семен, оскільки вона не лише розглядає участь банків як суб'єктів на лізинговому ринку, але й наводить можливість участі банківських установ як фінансових посередників на ринку лізингу, зокрема скеровує комерційні банки виступати фінансовими агентами на ринку лізингу, що відкриває нові можливості перед вітчизняними банківськими установами. Тому, на наш погляд, доцільно виділити такі основні напрями взаємодії банків з суб'єктами лізингової діяльності: як суб'єкт ринку лізингу - банківська установа має змогу розширювати клієнтську базу; диверсифікувати портфель банківських послуг; знизити ризик втрат у зв'язку з неплатоспроможністю лізингоодержувача, оскільки право власності на предмет лізингу залишається у банку; отримати доходи у вигляді процентів та комісії по лізингу.

Однак, для середніх і дрібних банків є обтяжливим введення нового департаменту в свою організаційну структуру. Специфіка лізингової діяльності важко вписується в діяльність банку. Потрібні фахівці, кваліфіковані менеджери. Необхідність обліку створює незручності в бухгалтерському обліку, пов'язані з узагальненням інформації про лізингове майно, амортизацію лізингового майна, лізингові платежі. Також, лізингове майно знаходячись на балансі комерційного банку, обтяжує його, приводячи до погіршення економічних показників діяльності банку. Тому, обсяги лізингових операцій, які проводитимуться банками як лізингодавцями, збільшуються повільно.

Перспективним напрямом розвитку лізингової діяльності в Україні є створення банками дочірніх лізингових компаній. Це обумовлено тим, що під час проведення лізингових операцій необхідно залучити надзвичайно великі кошти для формування технічної бази предметів лізингу (техніки, устаткування первинного та вторинного ринку). Банки мають необхідні ресурси, тому лізинговий бізнес може стати вигідною сферою вкладення капіталів і отримання прибутків.

У роботі зі своєю уповноваженою лізинговою компанією банк перекладає на неї все документальне та юридичне проведення угоди. Крім того, менше ризиків для банку при проведенні ним лізингових операцій через свою лізингову компанію, адже механізм лізингу передбачає право власності лізингової компанії на лізингове майно, яке може бути передане банку в заставу. Оскільки лізингові компанії не здійснюють ні депозитні, ні кредитні операції, то вони менше регулюються НБУ, ніж комерційні банки. Стосовно українських лізингових компаній взагалі немає жорстких законодавчих вимог у питаннях їхнього створення й подальшої діяльності на відміну від банків.

Створення власної дочірньої компанії потребує від банківської установи мінімальних капіталовкладень, оскільки в Україні відсутні обмеження щодо мінімального розміру статутного фонду або організаційно-правових форм лізингових компаній – порядок їх заснування такий ж, як і процедура створення будь якого господарського товариства. Але стосовно лізингових компаній

існують обмеження щодо максимального розміру статутного фонду. За нормативом, встановленим НБУ, він не повинен перевищувати 25% від власного статутного капіталу банку-засновника [2].

Ця обставина стримує можливості надання лізингових послуг малими та середніми банками, через незначні обсяги статутного капіталу, проте стимулює великі банки розширювати спектр банківських послуг через надання лізингу.

Не менш перспективним є створення спільної лізингової компанії з іншими установами (виробниками обладнання, іншими банківськими установами, страховою компанією чи консалтинговою компанією). Утворення лізингової компанії такого типу дозволить засновникам розділити ризики лізингової діяльності, провести пакетування власних послуг, розширити клієнтську базу і покращити збутову та комунікаційну політику.

Оцінивши основні напрями взаємодії банківської установи як суб'єкта ринку лізингу та фінансового посередника на ринку лізингу ми визначили, що найоптимальнішою формою взаємодії банків на вітчизняному лізинговому ринку є створення банківськими установами власних дочірніх компаній. Це дозволить банкам використати всі переваги лізингу й уникнути недоліків при безпосередньому проведенні лізингових операцій.

Аналіз тенденцій на лізинговому ринку засвідчив, що потенціал ринку до подальшого зростання є доволі високим. Навіть за умов економічної нестабільності існує необхідність у лізингових послугах як з боку банківських установ, так і з боку держави. Важливим для розвитку лізингових операцій в банківських установах є використання зворотного лізингу. Операції зворотного лізингу є ефективним способом реструктуризації кредитної заборгованості та поліпшення стану кредитного портфеля банку, адже завдяки їх застосуванню проблемну заборгованість можна трансформувати в лізингову угоду.

Отже, активізуючи діяльність на ринку лізингу, банківська система сприяє стабілізації фінансового ринку, розвитку його інфраструктури, посилює конкурентні позиції на світовому ринку, стимулює розвиток національного виробництва. Потужність банківського сектора країни, динаміка його розвитку, обсяги, ціна та термін банківського кредитування є надзвичайно вагомими у становленні та розвитку лізингового бізнесу в Україні. Тому виділені напрями співпраці, їх систематизація та обґрунтування є надзвичайно важливими для успішної координації та реалізації взаємозв'язків між банківською системою та лізинговим ринком.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про фінансовий лізинг" (В редакції Закону N 1381-IV від 11.12.2003, ВВР, 2004, N 15, ст.231)// Українська Інвестиційна Газета 2007, N36 від 17.09.2007.
2. Закон України "Про оподаткування прибутку підприємств" № 334/94-ВР від 28.12.1994 (із всіма змінами та доп.)// Вісник податкової служби України 2007, N19 від 22.05.2007.
3. Човнюк Ю., Мужук Н.Створення лізингових компаній комерційними банками//Фінанси України.-2004.-№1 .-С.83-91.
4. Наумець І. Життя напрокат: [Ринок лізингу] //Контракти.-2006.-27 березня (№13) .-С.16-19.
5. Шпербер И.Р. Лизинг и организационные основы его использования в банковской деятельности//Финансы и кредит. - 2005. - №32.- С.47-53.

*Дяковський Д.А., к.е.н.,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Пирогов Д.А., студент
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕТОРІВ ТА ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Інвестування в економіку країни забезпечує її стабільний соціально-економічний розвиток. Особлива увага залученню інвестицій приділяється в країнах, що перебувають на шляху трансформаційних перетворень. Для України, що є державою, яка виходить з кризи та переживає процес остаточного становлення економічної системи, це питання є надзвичайно актуальним та важливим. Залучення іноземних інвестицій в економіку України відкриє нові шляхи для її розвитку та подальшої взаємодії з іноземними інвесторами. Теоретичним та практичним аспектам інвестиційної діяльності було присвячено вже багато досліджень таких вчених, як Д. Стейнер, У. Шарп, І. Форестер, І.А. Бланк, Л.М. Борщ, В.М. Микитюк, Е. Й. Шилов, Т.В. Майорова, Н.А. Хрущ, О.Г. Чумаченко, Ю. М. Бажал та ін.

Метою цього дослідження є аналіз поточного стану інвестиційної привабливості України, виявлення основних тенденцій, що впливають на інвестиційний клімат країни та розробка рекомендацій щодо посилення інвестиційної привабливості України.

Порівнявши визначення з багатьох наукових джерел, можна зробити висновок, що інвестиційна привабливість – це характеристика економіки країни або підприємства, яка складається із взаємопов'язаних зовнішніх та внутрішніх чинників, що впливають на нього, а також інвестиційного ризику та інвестиційного потенціалу. Це характеристика, що спонукає інвесторів прийняти рішення стосовно довгострокових вкладень їх у капітал для подальшого розвитку та отримання відповідного очікуваного прибутку. [1]

Оскільки процес залучення інвестицій включає в себе безпосередню взаємодію з іноземними інвесторами як на мікро-, так і на макроекономічному рівні, в Україні створено правове поле для здійснення інвестиційної діяльності. Загальні принципи, порядок і умови здійснення іноземного інвестування на території України регулюються законами України "Про інвестиційну діяльність", "Про захист іноземних інвестицій на Україні", "Про режим іноземного інвестування", "Про зовнішньоекономічну діяльність", Указами Президента, а також постановами та розпорядженнями КМУ. Незважаючи на наявну законодавчу базу та спроби формування організаційно-економічних засад з метою зміцнення інвестиційної ситуації, аналітики відзначають зниження інвестиційної привабливості України. На це впливає сучасна політична ситуація в країні, віддаленість практичної реалізації завдань поліпшення інвестиційної ситуації від планів, економічна нестабільність, часті зміни законодавства, високий рівень корупції в країні, повільні темпи приватизації тощо [2].

За даними аналітичних досліджень, із 2006 до 2010 року Україна займала 10-е місце серед країн Центральної та Східної Європи за кількістю інвестиційних проектів (178) та за кількістю створених робочих місць (7487). З огляду на прямі іноземні інвестиції Україна не покращила свого становища і за 2010 рік: було залучено 31 проект та створено 1150 робочих місць. Фактично ж загальна вартість надходжень ПІІ у 2010 році скоротилась на 9%. Невизначеність України стосовно її інвестиційного клімату обмежує ентузіазм інвесторів і підриває інвестиційний потенціал країни. Інфляція, поєднана із скороченням ВВП на 15% в 2009 році, відсутність фактичного корпоративного кредитування банками, низька ліквідність банківських установ обмежує можливості інвесторів та їх місцевих партнерів започаткувати бізнес. [3]

За рівнем інвестиційної привабливості галузі економіки України можна згрупувати наступним чином:

1. Пріоритетні за рівнем інвестиційної привабливості – металургія, обслуговування населення та торгівля.
2. З достатньо високою інвестиційною привабливістю – нафтодобувна і газова промисловість, машинобудування і металообробка, цементна промисловість, виноробна промисловість.
3. З середньою інвестиційною привабливістю – хімічна та нафтохімічна промисловість, вовняна промисловість, виробництво плодоовочевих консервів, масложирова промисловість.
4. З низькою інвестиційною привабливістю – вугільна промисловість, електроенергетика.

Ця класифікація не є постійною, оскільки вона залежить від умов здійснення підприємницької діяльності, коливань попиту і пропозиції, державного регулювання інвестиційних процесів, тощо. У той же час, за даними інших наукових та аналітичних джерел, за останні 5 років найбільшу кількість іноземних інвестицій привабив фінансовий сектор (13% від усього об'єму прямих іноземних інвестицій у країну). Наступними за кількістю приваблених інвестицій є логістика і виробництво продуктів харчування [4].

З іншого боку, індекс інвестиційної привабливості України, який розраховує Європейська Бізнес Асоціація, за підсумками третього кварталу 2011 року знизився до 2,56 за п'ятибальною шкалою, що є сильним зниженням, порівняно з другим кварталом 2011 року, коли цей показник склав 3,39. За інформацією ЄБА, сприйняття інвесторами ринку України різко погіршилось, що обумовлено цілою низкою причин, серед яких такі як нестабільність економічної та правової сфер всередині країни та глобальною ринковою турбулентністю. В оцінках тенденцій, що є переважними на ринку та в економіці України, респонденти визначали домінуючі негативні тенденції. Частіше за все інвестори виділяли посилення тиску з боку владних структур (12%), укорінення корупції (11%), труднощі в сфері оподаткування, особливо у відшкодуванні ПДВ та загальну ринкову нестабільність (9%). 66% респондентів не помітили ніяких покращень інвестиційного клімату України з останній квартал цього року [5].

Переважає більшість дослідників виділяють наступні негативні тенденції, що заважають процесу залучення інвестицій в Україну:

- Нестабільна політична ситуація в країні;
- Неправильна або відсутність реалізації планів з покращення інвестиційної ситуації;
- Соціально-економічна нестабільність;
- Часті зміни у законодавстві;
- Високий рівень корупції;
- Повільні темпи приватизації;
- Ускладнення системи оподаткування;
- Загальна ринкова нестабільність.

Для формування сприятливого інвестиційного середовища доцільно:

- Провести комплексну програму соціально-економічного розвитку, передбачивши в ній глибоко проаналізовані заходи інноваційної, промислової та експертної політики;
- Сформувати єдине стратегічне завдання та впровадити економічні реформи, які б були направлені на створення позитивного іміджу та покращення інвестиційної привабливості України;
- Забезпечити незмінність й гарантованість захисту ринкових прав і свобод інвестора;
- Розробити регіональні плани підвищення інвестиційної привабливості підприємств;
- Розвивати перспективні галузі народного господарства з метою підвищення привабливості країни для інвесторів.

Таким чином, в даній роботі було проведено аналіз поточної інвестиційної привабливості України, виявлено негативні тенденції, які заважають залученню іноземних інвестицій в Україну, викреслені основні перспективні галузі народного господарства для розвитку та покращення інвестиційної привабливості країни та запропоновано шляхи формування сприятливого інвестиційного середовища.

Список використаних джерел:

1. Андреева Т.С., Опікунова Н.В., Ненахова О.О. Основні складові інвестиційної привабливості // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. - №33. – с. 247 – 251
2. Вовк В.М., Романюк А.В. Аналіз інвестиційної привабливості України на сучасному етапі // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – 2010. – Випуск 1(49). – с. 16-22
3. Звіт про прямі іноземні інвестиції в Україну, 2011, Ernst&Young [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr/\\$FILE/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr/$FILE/Ukraine-FDI-Report-2011-Ukr.pdf)
4. Гулько Л.Г. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість регіонів: фактори формування та сучасні тенденції розвитку // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2010. – №1. – с. 84-91
5. ЕБА: инвестиционная привлекательность Украины значительно снизилась // Інформаційне агентство УНІАН [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.net/rus/news/news-460730.html>

Ковтуненко В.О., викладач кафедри економічної теорії та міжнародної економіки, Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Пестич В.В., студентка групи 5 ЕТ Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні є актуальним завданням для поточного етапу економічного розвитку. Адже використання Україною переваг залучення іноземного капіталу стимулює розвиток нових технологій, підвищення рівня продуктивності праці, збільшення інвестицій та заощаджень, підвищує показники рівня і якості використання людського капіталу. Взагалі, інвестиційна діяльність – це сукупність практичних дій громадян, юридичних осіб і держави щодо реалізації інвестицій. Вчасно отримані інвестиції можуть дати значний поштовх як для розвитку конкретного підприємства, так і міста та регіону в цілому. Саме тому питання залучення інвестицій є досить актуальним і для Черкаської області.

Вивченню теоретичних і практичних питань інвестиційного клімату присвятили свої роботи багато авторів: О.Барановський. І.Бланк. А.Дука, В.Приймак, Г.Чорноус та ін. Разом з тим регіональний напрям досліджень ще не набув достатнього розвитку, хоча інвестиційно-інноваційна діяльність має яскраво виражені територіальні або регіональні риси.

Метою дослідження є аналіз інвестиційного клімату регіону та визначення напрямів залучення значного обсягу іноземних інвестицій в економіку Черкаської області.

Основними інвестиційними перевагами Черкащини є географічне розташування; розвинена інфраструктура; сприятливі умови для розвитку бізнесу; високий освітній та кваліфікаційний рівень робочої сили; сприятливі природно-кліматичні умови ведення аграрного бізнесу; значні перспективи розвитку аграрної та харчової галузей регіону.

У січні-червні 2011 року в економіку області від іноземних інвесторів надійшло 7,9 млн.дол. США прямих інвестицій [2]. Одночасно за цей період на окремих підприємствах області нерезидентами частково або повністю вилучено інвестицій на суму 27,1 млн. дол. США. (в основному за рахунок вилучення грошових внесків). В цілому зниження іноземного акціонерного капіталу в економіці області, з урахуванням переоцінки, утрат, курсової різниці тощо, за I півріччя 2011 року склало 23 млн.дол. (табл. 1)

Таблиця 1

Динаміка залучення прямих іноземних інвестицій в Черкаській області, млн. дол. США [3]

	01.01.2007	01.01.2008	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011
Обсяг інвестицій, млн. дол	116,3	175,0	168,1	222,5	287,0

Прямі інвестиції надійшли із 45 країн світу. До основних країн-інвесторів, на які припадає 86,4% загального обсягу іноземного капіталу (табл. 2) .

Основні країни інвестори в економіку Черкаської області,
млн. дол. США [3]

	01.07.2010	01.07.2011
Кіпр	146,9	120,9
Великобританія	52,2	54,2
Німеччина	24,9	26,8
Франція	12,5	14,4
США	16,2	7,8
Росія	6,1	6,2

Отже, можна прослідкувати тенденцію до зниження надходжень іноземних інвестицій в порівнянні з попереднім роком від таких країн як Кіпр та США на 26 млн. дол. і 8,4 млн. дол. відповідно [3].

Найбільшу зацікавленість щодо вкладення капіталу викликають у інвесторів такі галузі економіки, як підприємства хімічної та нафтохімічної промисловості, де зосереджено 107,2 млн. доларів США або 40% усіх прямих інвестицій області, у 2010 р. – 134,0 млн. дол.; підприємства які займаються виробництвом харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів – 51,7 млн. доларів США (19%), у 2010 р. – 55,0 млн. дол.; сільськогосподарські підприємства – 25,5 млн. доларів США або 9,0%, у 2010 р. – 21,5 млн. дол.; підприємства, які займаються целюлозно-паперовим виробництвом і видавничою діяльністю – 18,2 млн. доларів США (6,0%), у 2010 р. – 16,8 млн. дол.. Що ж до інших галузей, то інвестиції в машинобудування в 2011 р. становили 5,4 млн. дол., в порівнянні з 2010 р. зросли на 0,1 млн. дол.; в будівництво протягом 2010-2011 рр. відбувалося рівномірне надходження по 4,4 млн. дол.

Для економіки регіону найбільше значення мають підприємства харчової промисловості та переробки сільськогосподарських продуктів, на яких освоюється 13-23% загального обсягу інвестицій в основний капітал.

Звісно ж, надходження інвестицій в економіку Черкаської області позитивно впливає на розвиток різноманітних галузей регіону. Внаслідок іноземних інвестицій збільшилася кількість інноваційних підприємств провідних галузей харчової промисловості: м'ясної, молочної, лікеро-горілчаної, тютюнової галузі та перероблення плодоовочевої продукції. Ними впроваджено нові засоби механізації і автоматизації, пов'язані з технологічними інноваціями, удосконалено виробничі процеси, освоєно випуск нового виду продукції. Обсяг реалізованої інноваційної продукції становить 20,2 млн. грн.

Для створення сприятливого інвестиційного клімату в області реалізуються:

1. Довгострокова програма залучення інвестицій в економіку Черкаської області у період 2011-2015 рр. В рамках реалізації зазначеної програми передбачено конкретні заходи з надання державної підтримки інвестору, а саме: створення «Єдиного вікна» для спрощення проходження інвестором дозвільних процедур; надання інформації про об'єкти нерухомості, вільні земельні ділянки та наявні інвестиційні пропозиції на території області.

2. Проекти із розбудови інфраструктури, які передбачають: капітальний ремонт доріг (у 2010 р. було виділено більше 40 млн. євро); відновлення роботи Черкаського аеропорту та набуття ним статусу міжнародного (загальна вартість робіт складає близько 9 млн. євро); відновлення пасажирських перевезень по річці Дніпро, що створить додаткові можливості для реалізації туристичного потенціалу Черкаського краю.

3. Державна програма з реконструкції історико-культурних пам'яток області: завершено реконструкцію музею ім. Т.Г. Шевченка в м. Канів; включено історико-культурні об'єкти області у видання Туристичної карти України до Євро 2012 та прийнято Закон України, що гарантує податкові пільги для збудованих та зданих в експлуатацію до 1 вересня 2012 р. 3-5 зіркових готелів, що надасть додаткові економічні переваги для розміщення інвестицій в туристичну галузь області [1, с.24].

Отже, можна зробити висновок, що надходження зарубіжних інвестицій в економіку Черкаської області за останні роки невинно зростають, з 2009 року обсяг їх зріс на 70,7%; найбільше інвестицій надходить з Кіпру і Великобританії, найменше від Російської Федерації; в основному інвестиції спрямовувалися в хімічну, нафтохімічну і харчову галузі, найменше в машинобудування та будівництво. Наступне вливання іноземних інвестицій в Черкаську область дасть ще більш позитивні результати.

Основними напрямками залучення іноземних інвестицій в економіку Черкаської області повинні стати: створення сприятливих умов для розвитку інвестиційної політики, поліпшення інвестиційного клімату; допомога суб'єктам господарської діяльності в реалізації соціально-економічних інвестиційних проектів із залученням усіх джерел фінансових ресурсів, включаючи кредитування на пільгових умовах.

Однією з умов ефективного залучення іноземних ресурсів для інвестування є узгодження особистих цілей інвестора з цілями і завданнями загальної соціально-економічної програми регіону. Пожвавлення процесів інвестування має відбуватися за рахунок стимулювання інвесторів, підготовки рекламно-презентаційної продукції, участі у міжнародних виставках, інвестиційних форумах, проведення семінарів та конференцій, виготовлення стендів для виставок, створення веб-сайтів з характеристикою об'єктів вкладень, що пропонуються на інвестиційному ринку.

Список використаних джерел:

1. Гаман П.І., Стратегія розвитку Черкаської області до 2015 року / П.І. Гаман // Черкаси. – 2006. – с. 73
2. Кравець І. О. Інвестування підприємств Черкаського регіону, – [електронний ресурс] – <http://s-journal.cdu.edu.ua>
3. Черкаська державна обласна адміністрація, – [електронний ресурс] – <http://www.oda.ck.ua>

*Ковтуненко В.О., викладач кафедри
економічної теорії та міжнародної економіки,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Богуш О.О., студентка групи 5 ЕТ,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ІНОЗЕМНИЙ КАПІТАЛ В БАНКІВСЬКОМУ СЕКТОРІ УКРАЇНИ

Одним з основних напрямів економічного розвитку держави на сучасному етапі є посилення впливу іноземного банківського капіталу, що пояснюється потребами глобалізації на всіх рівнях. Міжнародні та національні тенденції в економічній сфері свідчать про зацікавленість країн з перехідною економікою в підвищенні інвестиційного рейтингу держави і, як наслідок, у збільшенні обсягів залучення іноземних інвестицій. Особливу значимість проблема іноземних банківських інвестицій має для держав-учасників СНД у зв'язку з їх прагненням до вступу в провідні міждержавні економічні організації.

Іноземний капітал є однією з форм залучення додаткових коштів для здійснення ефективної діяльності. Банк, у якому частка капіталу, що належить хоча б одному іноземному інвестору, становить не менше 10 відсотків називається банком з іноземним капіталом. Впродовж останніх років кількість банків з іноземним капіталом збільшується. Так у 10 українських банках функціонує російський капітал, переважно комерційних банків (Альфа – Банк, ВТБ, «Сбербанк» Росії, «Русский Стандарт», Банк Москви, Петрокоммерцбанк, Державна корпорація «Банк развития и внешнеэкономической деятельности» (Внешэкономбанк)), а також ТОВ «Фінансова група «Вебінвест»», ЗАТ «Національна Резервна Корпорація». Нідерландські інвестори вклали кошти в 6 українських банків – це банки (ІНГ БАНК Н.В., Кредит Європа Банк Н.Б.), компанії (ЕФГ Нью Юроп Холдинг Б.В., ТіБіАйЕф Файненшл Сервісез Б.В., Хоум Кредіт Б.В., ЕрСіЕф Юроуп Ві.Ві.). Значну роль у фінансуванні українських банків має капітал із джерелом походження з Кіпру (Ей-БІ-Ейч Юкрейн Лімітед, Бренкрофт Ентерпрайзес Лімітед, Sharp arrow holding Limited, Yuli Trading Co.Limited, Papounidis Konstantinos, Фінтест Холдинг Лімітед, РТ Platinum Public Limited, Марфін Поп'юлар Бенк Паблік Ко.ЛТД). Австрійський капітал у банківській системі представлений холдингами UniCredit Bank Austria AG, Райффайзен Інтернаціональ, Фольксбанк Інтернаціональ АГ, EGB Secp Holding GmbH. Французькі інвестори («Кредит Агриколь», «Сосьете Женераль А.Т.», «БНП Париба С.А.») вклали кошти в 4 українські банки. Німецькі банки («Commerzbank Auslandsbanken Holding AG», «Kreditanstalt fur Wiederaufbau», «Прокредит Холдинг АГ», «Кредитна установа для відбудови», «Дойче Банк АГ»), грецькі банки («Піреус Банк С.А.», «Альфа Банк А.К.»), шведські банки («Swedbank AB (publ)», «Skandinaviska Enskilda Banken AB»), польські банки (АТ «Загальна Ощадна Каса», Каса Опіки, Гетін Холдинг Спудка Акційна), британський Європейський Банк Реконструкції та Розвитку і Компанія з обмеженою відповідальністю «Паррокс Корпорейшн Лімітед» також створили в Україні дочірні банки. Поодинокими є інвестиції в банківську систему капіталу з Італії, Казахстану, Латвії, Сполучених Штатів Америки, Туреччини,

Угорщини [3, с.55]. Загалом станом на 01.01.2011 р. у банківську систему України вклали кошти інвестори з 19 країн світу.

Власність іноземних інвесторів є висококонцентрованою. У 21 банку (38,9% від загальної кількості) їм належить 100% капіталу, у 20 банках (37%) – більше 90%. 42 інвестори володіють контрольним пакетом акцій 77,8% банків з іноземним капіталом. Банки зі 100% іноземним капіталом розподілені на групи за розміром активів таким чином: по 2 банки (або 10%) належить до груп I і II, на II групу припадає 7 банків, або 35%, на IV – 9 банків, або 45%. Банки з участю іноземного капіталу більш рівномірно представлені у I – III групах, на IV групу припадає 11 банків, або 34%. Загалом, 9 банків належать до I і III груп (по 16,9%), 15 – до II групи (28,3%), 20 банків – до IV групи (37,7%) [2].

Загальна сума статутного капіталу банків зі 100% іноземним капіталом на 01.01.2011 р. становила 14582,63 млн.грн., власного капіталу – 15899 млн. грн., пасивів – 105428 млн. грн., що складає відповідно 10,0%, 11,54% і 11,19% від загальних показників по банківській системі. Досліджувана група банків за 2010 р. отримала збитки в розмірі 458,64 млн.грн., а загальна сума непокритих збитків – 813,47 млн.грн., їх частка у загальних збитках банківської системи – відповідно 2,84% і 3,52%. Це говорить про те, що діяльність банків зі 100% іноземним капіталом була результативнішою порівняно з іншими, адже частка в збитках значно менша за частку в капіталі. Найбільший розмір збитків отримав «Сбербанк Росії» – 1668,85 млн.грн., зі збитками також завершили рік АТ «ПРОКРЕДИТ БАНК», ПАТКБ «ПРАВЕКС-БАНК», АТ «Ерсте Банк», ПАТ «Дойче Банк ДБУ», АТ «БМ Банк». Інші банки групи спрацювали прибутково. Найбільший прибуток отримав АТ «ОТП Банк» (609,43 млн.грн.).

Загальна сума статутного капіталу інших банків із іноземним капіталом на 01.01.2011р. становила 8786,1 млн.грн., власного капіталу – 5849,2 млн.грн., пасивів – 56435,88 млн.грн., що складає відповідно 6,02%, 4,25% і 5,99% від загальних показників по банківській системі. Досліджувана група банків за 2010р. отримала збитки в розмірі 3764,2 млн.грн., а загальний розмір непокритих збитків - 1457,14 млн.грн., їх частка в загальних збитках банківської системи - 28,9% і 5,15%. Це говорить про значний обсяг непокритих збитків, адже негативною ознакою є перевищення розміру статутного капіталу над вартістю власного капіталу. Найбільших збитків отримав ПАТ «БАНКФОРУМ» (3282,35 млн.грн.), АТ «УкрСиббанк» (3145,19 млн.грн.), ПАТ «Промінвестбанк» (844,98 млн.грн.). Також зі збитками завершили рік ПАТ «БАНК ПЕТРОКОММЕРЦ-УКРАЇНА», ПрАТ «СЕБ Банк», ПАТ «ЕНЕРГОБАНК», ПАТ «ІНДЕКС-БАНК», АТ «ПРЕУС БАНК МКБ», ПАТ «ВТБ Банк», ПАТ «УНІВЕРСАЛ БАНК», АТ «КБ «Експобанк», ПАТ «ФОЛЬКСБАНК», ПАТ «КРЕДОБАНК», АТ «МІСТО БАНК», ПАТ «ВіЕйБі Банк». Інші банки групи спрацювали прибутково. Найбільший прибуток отримав АТ «Сведбанк» (86,16 млн.грн.). Загалом на банки з іноземним капіталом припав майже третина збитків банківської системи України за 2010р.

За результатами проведеного дослідження ми можемо стверджувати, що існують як позитивні так і негативні сторони впливу іноземного капіталу на банківську систему України. Позитивним впливом є: підвищення рівня

капіталізації банківської системи шляхом отримання ресурсів від іноземного банку; збільшення конкуренції на ринку банківських послуг і розширення якісних банківських продуктів; розширення пропозиції кредитних ресурсів; новітні технології страхування ризиків поліпшують їх диверсифікацію; підвищення кваліфікації банківських працівників; збільшення термінів кредитування, що життєво необхідно для іпотечного кредитування та кредитів в інноваційну галузь; запровадження міжнародного досвіду.

Проте поряд з позитивною стороною присутності іноземного капіталу в українських банках існує ще й негативна сторона, а саме: наявність іноземних банків може послабити позиції ще недостатньо розвинених українських банків, вони не зможуть бути конкурентами з іноземними і можуть швидко збанкрутувати; відбувається зростання залежності економіки від роботи інвесторів, зокрема ця залежність проявляється на ринку праці; політика українських банків буде відображати не стільки інтереси транснаціональних банків, скільки інтереси урядів окремих держав; посилення доларизації в Україні через кредитування в іноземній валюті; іноземні банки завдяки своїм конкурентним перевагам «відбирають» найприбутковіші вітчизняні ринки та клієнтів, при цьому залишаючи національним банкам обслуговування ризикових клієнтів [1, с.151].

Отже, для того, щоб знизити негативний вплив необхідно: з боку регулятивних органів країн-реципієнтів – постійний моніторинг параметрів експансії іноземних банків для створення адекватної системи регулювання і нагляду з метою максимізації переваг і мінімізації ризиків, пов'язаних з приходом міжнародних інвесторів; створення оптимальних умов для вітчизняних банків, за яких вони зможуть конкурувати на власному ринку з іноземними фінансовими установами; з боку держави – необхідно встановити адміністративні обмеження доступу іноземних банків до інвестування у стратегічно важливі сектори економіки, це забезпечить недопущення надмірної концентрації в них іноземного капіталу; потрібно створити Національний фонд, головним завданням якого буде викуп пакетів акцій чи надання позик фінансовим установам, даний фонд допомагав би банківським установам, що опинилися під загрозою поглинання, експансії транснаціональних банків. Тільки такими діями ми могли б уповільнити перехід під іноземний контроль.

Список використаних джерел:

1. Голубко Л.І., Паруха О.М. Вплив іноземного капіталу на кредитну діяльність банків України//Л. І. Голубко, О.М. Паруха//Економічний простір. – 2009. – №22/1. – с.147-154.
2. Довідник банків України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/BankRegistry/BRMainFrame.htm>.
3. Циганов О., Веселий І. Конкурентна позиція українських банків з іноземним капіталом//О.Циганов, І.Веселий//Економіка. – 2011. – №3(110). – с.54-60.

*Міняйло О.В., студентка групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА УПРАВЛІННЯ НИМИ

Фінансові інвестиції в сучасних умовах стають істотним джерелом нарощування капіталу і фінансування відтворення матеріальних ресурсів підприємств з метою збільшення прибутку та інших вигод для інвестора. Для прийняття зацікавленими особами адекватних рішень стосовно інвестування у цінні папери та оцінки кон'юнктури фондового ринку істотне значення має інформація про стан фінансових вкладень, що формується на базі облікових даних конкретних підприємств [6].

Дослідженню сутності фінансових інвестицій та окремих питань їх залучення присвячені праці В.М. Гончарова, А.А. Пересади, Г.В. Козаченко, П.І. Вахріна, В.М. Градіасова, Ю.М. Коваленко, А.П. Шихвердієва та ін [5].

Фінансові інвестиції - це вкладення коштів у фінансові інструменти, серед яких переважають цінні папери, з метою отримання доходу (прибутку) в майбутньому [7]. Фінансові інвестиції - це активна форма використання вільного капіталу підприємства, яка має особливості:

- здійснюється на більш пізніх стадіях розвитку підприємства, коли задоволені його потреби в реальних інвестиціях;
- дає можливість здійснювати зовнішнє інвестування в країні та за її межами;
- є незалежним видом господарської діяльності для підприємств реального сектора економіки, оскільки стратегічні завдання їхнього розвитку можуть вирішуватися тільки вкладеннями капіталу в статутні фонди та придбанням контрольних пакетів акцій інших підприємств;
- дає змогу підприємству реалізувати окремі стратегічні цілі свого розвитку швидше та дешевше;
- підприємство має можливість вкладати кошти як у безризикові інструменти, так і в спекулятивні, і, отже, здійснювати свою інвестиційну політику як консервативний або агресивний інвестор;
- потребує мало часу для прийняття управлінських рішень порівняно з реальними інвестиціями (проектами) [4].

В умовах економічної та фінансової кризи необхідне вдосконалення механізму залучення фінансової інвестицій на підприємства з метою збереження їх економічної діяльності та подальшого розвитку. Для найбільш ефективного залучення фінансових інвестицій необхідно впровадити у фінансове управління підприємством такі стратегії як:

1. Використання власних засобів для розширення власного ринкового сектору;
2. Об'єднання фінансових ресурсів середніх і великих фірм для здійснення дорогих проектів захоплення нових ринків;

3. Використання всіх доступних джерел фінансування для формування і реалізації перспективних інноваційних програм малих і середніх підприємств; залучення донорських засобів крупних фірм – споживачів продукції в рамках вертикальної інтеграції з ними;

4. Перехресне фінансування (підрозділи, що генерують фінансові кошти, діляться ними з тими, у кого їх бракує).

Стратегія фінансування повинна визначати: оптимальне співвідношення внутрішніх і зовнішніх джерел залучення фінансових коштів; ціну, яку фірма може за них сплатити; способи розподілу (перерозподілу) фінансових ресурсів між підрозділами.

На рівень ефективності стратегії залучення інвестицій, їх результативність (віддачу) впливає велика група різноманітних організаційно-економічних чинників. Проте необхідність впровадження нових стратегій з урахуванням вищеписаних пропозицій в умови фінансово-економічної кризи є найважливішою заставою ефективного розвитку підприємства.

Процес управління фінансовими інвестиціями включає в себе п'ять взаємопов'язаних етапів, які наведені на рис. 1. Процес управління фінансовими інвестиціями на підприємстві утворює замкнений цикл, в якому оцінка ефективності інвестицій може призвести до перегляду форми інвестування, вибору інших фінансових активів, інструментів та управляючих осіб [3].

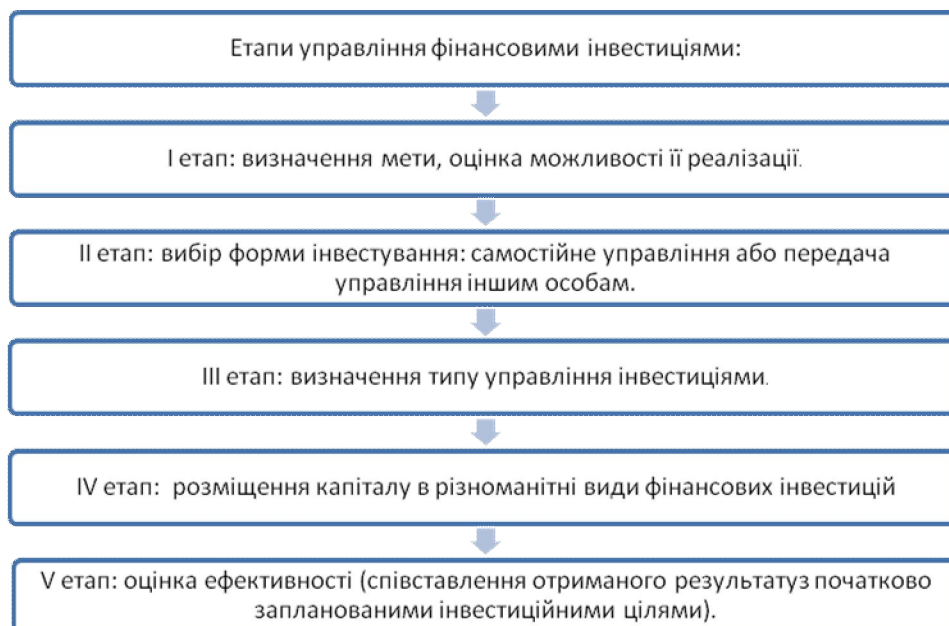


Рис. 1. Етапи управління фінансовими інвестиціями

Політика управління фінансовими інвестиціями являє собою частину загальної інвестиційної політики підприємства, яка забезпечує вибір найбільш ефективних фінансових інструментів вкладу капіталу і своєчасного його реінвестування [1].

Політика управління фінансовими інвестиціями має бути спрямована на:

- аналіз інвестиційного клімату;
- вибір конкретних напрямів інвестиційної діяльності;

- визначення обсягу фінансового інвестування;
- вибір форм фінансового інвестування;
- оцінка ліквідності інвестицій;
- формування портфелю фінансових інвестицій;
- визначення необхідного об'єму інвестиційних ресурсів;
- забезпечення ефективного оперативного управління портфелем фінансових інвестицій [2].

Таким чином, управління фінансовими інвестиціями на підприємстві є важливою складовою його інвестиційної діяльності, адже інвестиції у фінансові активи для будь-якого суб'єкта господарювання є ефективним інструментом реструктурування оборотних коштів (частини оборотних активів, що знаходяться у формі вільних грошових активів та цінних паперів).

Проте на сьогодні суб'єкти господарювання ще не готові перейняти в повній мірі частину інвестиційного регулювання, керуючись ринковими механізмами, як це практикується в економічно розвинутих країнах світу. Для того, щоб управління фінансовими інвестиціями підприємства в умовах економічної кризи було ефективним, не є достатнім лише декларувати процес ринкових перетворень. Необхідно активно залучати державне регулювання інвестиційного процесу, що враховує особливості вітчизняної економіки, активно впроваджувати світові підходи до управління фінансовими інвестиціями та інструменти стимулювання інвестиційної активності підприємницьких структур [3].

Список використаних джерел:

1. Бланк И. А. Финансовый менеджмент / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2001. – 528 с.
2. Ботвіна Н. О. Управління та оцінка ефективності фінансового інвестування / Н. О. Ботвіна, Н. А. Турчак // Бізнес навігатор. – 2009. □ № 2. – С.
3. Бутиркіна В. М. Управління фінансовими інвестиціями в умовах економічної кризи / Н. О. Бутиркіна, О. В. Семерикова // Прометей. – 2011. – № 2(35). – С. 253-257.
4. Воробець Т. І. Необхідність фінансових інвестицій в умовах ринкової економіки / Т. І. Воробець //
5. Гончаров В. М. Фінансові інвестиціїб сутність та теоретичні аспекти залучення / В. М. Гончаров, О. В. Радіонов // Збірник наукових праць ЧДГУ. – 2008. – № 21(2). – С. 171-174.
6. Клим Н. М. Удосконалення класифікації фінансових інвестицій / Н. М. Клим // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21(6). – С. 205-210.
7. Собченко А. М. Методика відображення фінансових інвестицій в бухгалтерському обліку / А. М. Собченко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2010. - № 3(11). – С. 101-103.

*Олексенко О.В., студент групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСОБЛИВОСТІ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГАЛУЗІ ГОФРОТАРИ

Успішність роботи підприємств в ринкових умовах господарювання напряму залежить від розробки та формування комплексного механізму управління інвестиційним процесом промислового підприємства з метою максимального використання переваг інвестування.

На сьогодні існує значна кількість наукових праць з питань вибору пріоритетних напрямків вкладання інвестицій, здійснення порівняльного аналізу інвестиційної привабливості об'єктів інвестування, оцінки економічної ефективності реалізації інвестиційних проектів та обґрунтування вибору джерел їх фінансування. Вагомий внесок у дослідження цих питань зробили, такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як І. Бланк [1], Е. Нікбахт [8], В. Блонська [2], О. Ємельянов [4; 6], М. Грузд [5], І. Філіпішин [10] та ін.

Разом з тим складність та багатогранність механізму управління інвестиціями, існування великої кількості чинників та ризиків, які прямо чи опосередковано впливають на його функціонування, обумовлюють наявність низки невирішених питань, пов'язаних з проблемою удосконалення управління інвестиційним процесом. До них належать, зокрема, вибір раціональних форм планування і проектування інвестиційної діяльності підприємства, обґрунтування розміру та джерел інвестиційних ресурсів, розробка оптимальної стратегії фінансового забезпечення інвестування підприємств тощо. Важливість розв'язання цих задач для забезпечення ефективного розвитку підприємств зумовлює необхідність подальшого дослідження питань планування та регулювання інвестиційної діяльності підприємств.

Ринок гофротари – це ринок, який розвивається в Україні дуже швидко. Наприклад, в 1990 р. випускали 364,7 млн м² ящиків з гофрованого картону. Сьогодні вже відчувається конкуренція серед виробників. В сучасних умовах споживання паперу та картону на одного мешканця України становить приблизно 29 кг. Створені в корпорації «Укрпапівторпром», до якої входять Жидачівський і Рубежанський целюлозно-паперові комбінати, Ізмаїльський целюлозно-картонний комбінат, потужності за умови повного їх завантаження (використання) дають змогу виготовляти 368,8 млн м² гофротари. Це призвело до утворення дуже потужного виробничого об'єднання на ринку гофротари. Інші відомства мають річну потужність 271,7 млн м² гофротари. У цілому Україна може виготовити 647 млн. м² гофрокартонної тари. За прогнозами вітчизняних аналітиків, найближчі п'ять років попит на гофротару випереджатиме темпи зростання об'ємів промислового виробництва, як мінімум, в два рази, і загальне споживання гофротари зростатиме [3].

Виробничий потенціал гофротарної продукції в Україні становлять близько 70 підприємств. Всіх виробників цієї продукції умовно можна поділити на чотири групи:

1. Виробники гофрованого картону та тари, які мають власне виробництво флютингу та лайнеру. Дані підприємства посідають 79% сегменту ринку з реальним виробництвом 399 млн м², середня завантаженість їхніх потужностей становить 67%. До даного сегменту відносяться такі підприємства – Рубіжанський КТК, Трипільський пакувальний комбінат, Ізмаїльський ЦКК, Київський КБК, Жідачівський ЦБК, "Рогань" і "Донецк-Вторма".

2. Виробники гофрованого картону та тари, які не мають власного виробництва флютингу і лайнера. Дані підприємства посідають 19% сегменту ринку. До даного сегменту відносяться такі підприємства – "Луганський гофротарний комбінат", "Картол", "Донпак", "Укрвторресурси", "Крімпащр", "Черкаситара" та ін.

3. Виробники гофрованого картону і тари для власних потреб. Дані підприємства посідають приблизно 2% сегменту ринку. До даного сегменту відносяться Донецька і Дніпропетровська кондитерська фабрики, Харківська бісквітна фабрика, Дніпропетровський комбінат харчових концентратів.

4. Виробники упаковки, які переробляють гофрований листовий картон, що купують у вищеназваних виробників [9, с.104].

Механізм управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства, на нашу думку, можна представити як сукупність економічних, правових, організаційних, інформаційних і соціальних складових, пов'язаних з реалізацію інвестиційних проектів відповідно до інвестиційної стратегії підприємства.

Економічна складова пов'язана з вибором економічних та фінансово-інвестиційних напрямів діяльності підприємства, шляхом врахування: рівня виробничого розвитку, оцінки наслідків інвестування, визначення необхідності і доступності зовнішнього фінансування; умов здійснення інвестування тощо.

Інформаційна складова механізму управління інвестиціями пов'язана з наданням обґрунтованої інформації про проект, що дозволяє привернути зовнішні джерела фінансування, розширити перспективи розвитку підприємства; демонстрацією зовнішнім інвесторам рівня надійності підприємства; створенням інформаційної бази для оперативного аналізу ефективності виконання проекту; програмуванням можливості коректування параметрів проекту у разі виникнення ризикових ситуацій [10].

Соціальні аспекти управління інвестиціями пов'язані зі збільшенням робочих місць, вдосконаленням оплати праці, умов праці працівників, підвищення екологічності виробництва тощо. Таким чином, управління інвестиціями – це частина системи управління, яка поєднує взаємопов'язані один з одним елементи, що утворюють визначену цілісність, упорядкованість та єдність.

Автором пропонуються наступні напрями інвестування для підприємств з виробництва гофротари: диверсифікація виробництва (обов'язково – переробка макулатури з місцевої сировини на основі впровадження невеликих ліній з

виробництва картону; впровадження ліній з кольоровим флексодруком); впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій (використання обладнання з такою виробничою потужністю, що відповідає обсягам місцевого ринку); проходження міжнародної сертифікації (для великих картонно-паперових комбінатів з метою освоєння зовнішніх ринків підприємств); освоєння міжнародних методів економічного управління та аналізу.

Вивчення праць вітчизняних вчених [2; 4; 6; 7] та власні дослідження роботи підприємств з виробництва гофротари дозволило автору зробити висновки, що реалізація механізму управління інвестиціями на підприємстві має здійснюватися за такими етапами:

1. Визначення мети і завдань інвестування (визначення необхідності покращення роботи підприємства).

2. Розробка інвестиційної стратегії (розробка інвестиційної програми аналіз ресурсів з метою визначення необхідних змін; розробка фінансового плану інвестиційної діяльності; юридичне оформлення необхідних документів; використання прибутку у виробничому процесі; використання на оновлення виробничих потужностей (поточне інвестування), формування портфеля альтернативних інвестиційних ресурсів).

3. Проектні роботи (розробка та затвердження проектної документації; техніко-економічне обґрунтування проекту).

4. Реалізація інвестиційної програми (організація фінансування інвестиційної діяльності; будівельно-монтажні роботи; пуско-налагодочні роботи; підготовка виробництва; освоєння проектної можливості об'єкту).

5. Оцінка ефективності інвестиційної програми (визначення сподіваного розміру чистого прибутку, що залишається у розпорядженні теперішніх акціонерів після повернення узяті позики з урахуванням сплати дивідендів новим акціонерам, за усіх можливих значень показника структури джерел фінансування (співвідношення коштів від емісії акцій та кредиту); визначення терміну початку надходження чистого прибутку, за усіх можливих значень показника структури капіталу; зіставлення величини чистого прибутку та строку початку його надходження за усіх можливих значень показника структури джерел коштів та вибір найкращої величини цього показника за критерієм максимуму чистої теперішньої вартості).

6. Оцінка ризиків і внесення змін в інвестиційну програму (реакція підприємства у разі настання ризикових подій) Основними ризиками підприємств з виробництва гофротари є не здатність підприємства виконати виробничу програму, передбачену інвестиційним проектом під впливом факторів зовнішнього середовища (кризові явища в економіці, коливання валютних курсів, зростання цін на картон,), а також під впливом факторів внутрішнього середовища, зокрема, кількості одиниць бракованої тари, неефективне використання виробничих потужностей.

Отже, запропонований механізм управління інвестиціями на підприємстві має такі переваги: чітко сформульована цільова функція; враховані варіанти реалізації системи управління інвестиціями; можливість здійснення необхідних змін у разі настання ризикових подій. Необхідною умовою при формуванні

системи управління інвестиціями на підприємстві є її узгодженість із загальною стратегією розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Основы инвестиционного менеджмента Текст. В 2 т. Т.1 / И.А.Бланк. – Киев: Эльга-Н: Ника-Центр, 2001. – 536 с.
2. Блонська В. І. Управління інвестиційною стратегією підприємства як процес формування системи довготермінових цілей інвестиційної діяльності / В. І. Блонська, Л. Я. Малишівська // Національний лісотехнічний університет України. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 117 – 124.
3. Бумажная» волокита [Електронний ресурс] // Инвестгазета. – 2010. – 26 ноября. – Режим доступа: <http://www.investgazeta.net/kompanii-i-rynki/bumazhnaja-volokita-152639/>
4. Гришко В. А. Оцінювання поточного та стратегічного рівня інвестиційного потенціалу машинобудівних підприємств / В. А. Гришко, О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2010_683/42.pdf
5. Грузд М.В. Розроблення механізму управління інвестиційними процесами промислових підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами" / М.В. Грузд. – Харків: Вид-во ХНЕУ, 2006. – 20 с.
6. Дашко І. М. Сутність інвестиційного ризику та його врахування при обґрунтуванні напрямів інвестиційної діяльності підприємства / І. М. Дашко, О. Ю. Ємельянов, І. З. Крет [Електронний ресурс]// Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Ekonomika/2011_698/05.pdf
7. Нижник В.М. Оцінка ефективності інвестицій: проблеми, методологія, практика застосування // Економіст. – 2003. – №10. – С. 50-51.
8. Никбахт Э. Финансы / Никбахт Э., Гропелли А. / Пер. с англ. В. Ф. Овсиенко и В. Я. Мусиенко. – К.: Основы, 1993. – 383 с.
9. Співак А. О. Розвиток ринку паперово-картонної продукції України / А.О. Співак // Маркетинг: теорія і практика. – 2008. – №14. – С. 103-105.
10. Філіпішин І.В. Фактори інвестиційно-інноваційної діяльності промислових підприємств / І. В. Філіпішин // Вісник економічної науки України. – 2005. – №2(8). – С.111-115.

УДК 338.32

*Прощаликіна А.М., викладач кафедри
економічної теорії та міжнародної економіки,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Губанов С.С., студент групи 5 ЕТ,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ

Необхідною умовою розвитку інноваційної діяльності в Україні є розвиток відповідної інфраструктури, що сприятиме ефективній науково-технічній діяльності суб'єктів господарювання. Теоретичні і практичні аспекти формування і розвитку інноваційної інфраструктури знайшли відображення в працях вітчизняних вчених-економістів Л. Антонюк [1], В. Гейця [7], З. Герасимчук [3], О. Бутенко [2], Л. Федулової [5].

Не зважаючи на посилення уваги науковців до питань умов формування і розвитку інноваційної інфраструктури, проблема потребує подальшого

вирішення. Зокрема, глибшого вивчення потребують питання розвитку інноваційної інфраструктури та розроблення рекомендацій щодо їх усунення з урахування світового досвіду.

Згідно Закону України „Про інноваційну діяльність” інноваційна інфраструктура визначається як „сукупність підприємств, організацій, установ, їх об’єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності” [4].

Розглядаючи інноваційну інфраструктуру О.І. Бутенко та Є.В. Лазарева вказують не лише складові інфраструктури, але і на їхні функції та принципи діяльності: „інноваційна інфраструктура – це сукупність взаємопов’язаних функціональних підсистем національної інноваційної системи економічного, нормативно-правового, організаційно-структурного характеру, які безпосередньо забезпечують умови реалізації, підтримки і стимулювання інноваційного процесу господарюючим суб’єктам з урахуванням принципів економічної ефективності та інтересів споживачів у новаціях” [2, с.73].

Інноваційна інфраструктура як підсистема НІС містить такі елементи:

- фінансово-економічне забезпечення (бюджетні та позабюджетні фонди підтримки інновацій, венчурні, інвестиційні, страхові компанії тощо);
- виробничо-технологічна підтримка (підрозділи та організації, що забезпечуватимуть виробництво інноваційної продукції, а також її трансфер, лізинг обладнання тощо);
- територіальні структури (технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори, інноваційно-технологічні центри тощо);
- система стандартизації і сертифікації продукції, експертизи інноваційних проектів;
- система просування на ринок інноваційної продукції (включаючи моніторинг, маркетинг, рекламну та виставкову діяльність, захист інтелектуальної власності тощо);
- інформаційне забезпечення, яке дає доступ до різних інноваційних баз даних і знань на різних умовах для зацікавлених осіб;
- координація та регулювання інноваційної діяльності;
- кадрове забезпечення інноваційної діяльності [1, с.101].

Кожна з цих підсистем інноваційної інфраструктури має власні механізми реалізації своїх функцій і відповідні організаційні структури у вигляді державних наукових центрів, бюджетних і позабюджетних інноваційних і венчурних фондів, технологічних парків, інноваційних центрів та бізнес-інкубаторів, технополісів, лізингових компаній, центрів колективного користування, патентних фондів, консалтингових агентств тощо, які забезпечують функціонування цих механізмів.

Стан розвитку інноваційної інфраструктури в Україні можна проаналізувати на основі даних таблиці 1.

Таблиця 1

Розвиток елементів інноваційної інфраструктури в Україні

Елементи інноваційної інфраструктури	Рік				
	2000	2002	2004	2008	До 2013 (план згідно [6])
Технопарки	7	15	16	16	н/д
Бізнес-інкубатори	46	53	73	72	+25
Бізнес-центри	132	257	300	444	н/д
Регіональні фонди підтримки підприємництва	72	107	149	232	н/д
Центри інноваційного розвитку	–	–	–	13	н/д
Інноваційні банки	–	–	1	1	н/д
Центри трансферту технологій	–	–	–	–	+50
Центри науково-технічної та економічної інформації	18	19	19	19	+7
Наукові парки	–	–	–	1	+4
Венчурні фонди	н/д	н/д	7	–	+1
Інноваційно-технологічні кластери	–	–	–	1	+8

Складено автором на основі даних [6; 7]

Досить важливим є збереження і поновлення успішної діяльності технопарків, створення загальних умов розвитку інноваційної інфраструктури. Це підтверджує досвід більшості промислово розвинених країн світу, в яких технопарки є основним ініціатором розвитку інноваційної політики, модернізації виробництва, посилення взаємозв'язків між учасниками інноваційного процесу, розвитку інноваційного потенціалу регіону, зростання результативності НДДКР та комерціалізації інновацій.

Важливим елементом інноваційної інфраструктури та засобом стимулювання інноваційної активності є бізнес-інкубатори (БІ). З 69 наявних в Україні БІ, 24 значаться як інноваційні. Кількість бізнес-інкубаторів в окремих регіонах країни коливається від 1 до 11. Однак ефективно працюючими можна зазначити лише Інкубатор-Центр „Львівська політехніка”, БІ у м. Біла Церква, муніципальний БІ м. Славутич, приватний БІ м. Хмельницького, Харківський віртуальний БІ, Київський БІ, Волинський обласний БІ, студентський БІ Київського національного економічного університету [7, с.137]. Метою їхнього функціонування було надання консультативних послуг та навчання менеджменту, маркетингу, бізнес-плануванню, здійснення маркетингових досліджень, оренда приміщень, сприяння фінансовому забезпеченню інноваційних проектів.

В Україні бізнес-інкубатори та інноваційні центри розвинені слабо через некомерційну мету їхньої діяльності. Створені вони, переважно, за рахунок коштів міжнародних фондів, програм, грантів і окремих фізичних та юридичних осіб. Діяльність бізнес-інкубаторів ускладнюється ще й тим, що українським законодавством до цього часу чітко не визначений юридичний статус подібних структур, не передбачено жодної пільги в оподаткуванні та кредитуванні тих фірм, що входять до їхнього складу.

Останнім часом в Україні дещо збільшилась кількість інноваційних фондів і компаній (всього 732 одиниці), однак розміщені вони нерівномірно (майже 67% всіх інноваційних фондів країни функціонує у м. Києві та Вінницькій області). У більшості областей створено лише по 1 або 2 таких заклади [7, с.138].

На основі узагальнення праць вітчизняних вчених [2; 3; 5] нами визначено та згруповано основні причини, що гальмують розвиток інноваційної інфраструктури в Україні:

1. Економічного напрямку: нестабільність державного фінансування, недостатність мотивації приватного сектора до здійснення і розвитку інноваційної діяльності з огляду на кризові явища в економіці і ризиковість самої інноваційної діяльності; нерозвиненість системи стимулювання інвестицій в інноваційні структури; обмеженість економічних методів стимулювання діяльності; нерозвиненість фондового ринку.

2. Організаційно-адміністративного напрямку: недосконалість та нестабільність нормативної бази, що регулює процеси створення та функціонування інноваційних структур; недосконалість організаційних структур і управління елементів інноваційної інфраструктури; невідпрацьованість механізму трансферу технологій та слабка координація між суб'єктами інноваційної діяльності; обмеженість державної та регіональної підтримки; недосконала система контролю та оцінки результатів діяльності та корумпованість.

3. Ресурсний напрям: недостатність матеріальної підтримки діяльності інноваційних структур; дефіцит кваліфікованих управлінських кадрів; недосконала система інформаційного забезпечення; нестача досвіду управління інноваційними структурами.

Основними напрямами активізації розвитку інноваційної інфраструктури в Україні є:

– дотримання державної програми розвитку інноваційної інфраструктури з чітким визначенням інструментів державної підтримки, спрямованих на реалізацію програми;

– удосконалення структури державного управління у сфері науково-технічної та інноваційної діяльності з метою введення системи відповідальності та стабільності органів державного управління;

– створення умов для розвитку державно-приватного партнерства в інноваційній сфері;

– створення умов для розвитку фінансової складової: фондового ринку, страхових компаній, венчурних, інвестиційних компаній, сформувати надійну і прозору нормативно-правову базу, що враховує інтереси як інвесторів, так і підприємств інноваційного бізнесу;

– підвищення ефективності і розширення застосування прямих методів державної підтримки та стимулювання інноваційної діяльності: пряме інвестування, надання грантів, надання фінансових гарантій, держзамовлення;

– створення єдиної бази інформаційної підтримки інноваційної діяльності, яка буде містити технічну інформацію по всіх напрямках науки і техніки,

патентно-ліцензійну інформацію, інформацію про завершені НДДКР, про ринки і буде загальнодоступною (наприклад при державному агентстві з питань науки, інновації та інформатизації);

– приведення у відповідність зі світовими стандартами систему державного статистичного спостереження у сфері інноваційної діяльності;

– підвищення ефективності діяльності та уточнення завдань і функцій мережі консалтингових організацій - регіональних центрів з інвестицій та розвитку, укомплектувати їх кваліфікованими кадрами, здатними організувати практичну роботу по комерціалізації розробок;

– сприяти розвитку інноваційних кластерів.

Вирішення цих завдань дозволить забезпечити не лише вирішити завдання побудови і розвитку інноваційної інфраструктури, але і створити оптимальні умови для формування в Україні національної інноваційної системи.

Список використаних джерел:

1. Антонюк Л. Л. Інновації: Теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л. Л. Антонюк; А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К.: КНЕУ, 2003. – 394 с.
2. Бутенко О. І. Інфраструктурні компоненти інноваційної моделі економіки / О. І. Бутенко, Є. В. Лазарева // Економіка і прогнозування. – 2008. – №4. – С. 69 – 81.
3. Герасимчук З.В. Інноваційна інфраструктура регіону: методологія формування і розвитку / З.В. Герасимчук, Н.Т. Рудь // Актуальні проблеми економіки. – 2010. - №3. - С. 197-207.
4. Закон України „Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 р. №40-IV [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.rada.kiev.ua.
5. Інноваційно-технологічний розвиток України: стан, проблеми, стратегічні перспективи: Аналітичні матеріали до парламентських слухань [„Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів”] / [Л. І. Федулова, Ю. М. Бажал, І. А. Шовкун та ін.]; за ред. Л. І. Федулової, Г. О. Андрощука. – К., 2009. – 196 с.
6. Про затвердження Державної цільової економічної програми „Створення в Україні інноваційної інфраструктури” на 2009-2013 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 14.05.2008 №447 [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.rada.kiev.ua.
7. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь [К.О. Ващенко, З.С. Варналій, В.Є. Воротін, В.М. Геєць, О. В. Кужель, Е. М. Лібанова та ін]. – К., Держкомпідприємство, 2008. – 226с.

УДК 336.714.+336.73

Слепкань О.О., магістрант,

Київського національного торговельно-економічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІСТИТУТІВ СПІЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Інвестиції та інвестиційна діяльність завжди знаходились в центрі уваги економічної науки. Це пояснюється тим, що інвестиції є джерелом розвитку підприємств, окремих галузей та економіки в цілому. Причинами, які обумовлюють необхідність інвестицій, є відновлення наявної матеріально-технічної бази, нарощування обсягів виробництва, освоєння нових видів діяльності.

Основними учасниками інвестиційного ринку є банківські та небанківські фінансові установи. Останнім часом роль небанківських установ в інвестиційному процесі в Україні суттєво зросла, що проілюстровано на рис. 1.

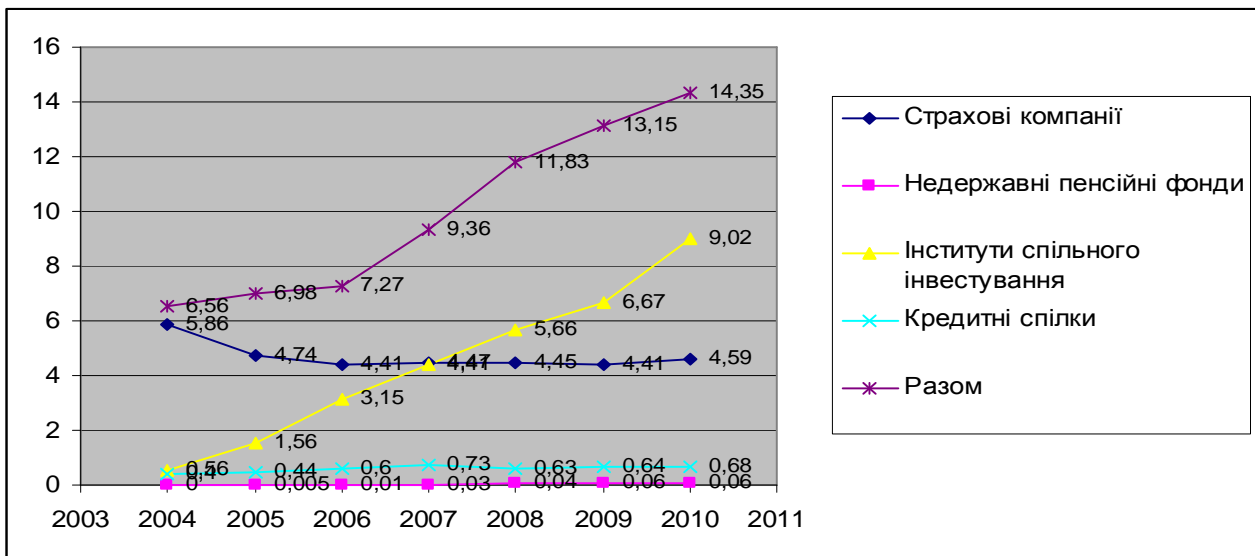


Рис. 1. Динаміка зміни вартості активів небанківських фінансових установ у ВВП України за 2004-2011 роки. (станом на початок року), % [4, 5]

Аналіз даних, попри кризові явища в економіці, підтверджує досить динамічне зростання вартості активів небанківських фінансових установ, сумарна частка яких підвищилася більше ніж удвічі. Рушійною силою зростання вартості активів стали інститути спільного інвестування, частка яких у ВВП країни зросла з 0,56 % до 9,02 %, досягши 113557 млн. грн., на відміну від недержавних пенсійних фондів, кредитних спілок та страхових компаній, які мають досить невеликі значення вартості активів або навіть певне їх падіння у 2005-2009 роки. [4]

Відповідно до світового досвіду, однією з найперспективніших можливостей вкладення коштів є інвестування саме через інститути спільного інвестування. Цей факт підтверджується динамікою зростання кількості інститутів спільного інвестування (ІСІ) і компаній з управління активами (КУА) в Україні впродовж останніх років (табл.1).

Таблиця 1

Кількість зареєстрованих КУА та ІСІ в Україні (од. станом на кінець року) [4; 2, с.100]

Інститут	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
КУА	31	88	159	228	334	409	380	357
ІСІ	29	105	284	519	834	888	985	1050

Інвестиційна діяльність ІСІ представляє собою комплекс заходів по формуванню інвестиційного портфеля відповідно до вимог чинного законодавства щодо його структури та наступного управління активами.

Розглянемо більш детально особливості інвестиційної діяльності ІСІ. До особливостей діяльності ІСІ в Україні, перш за все, відноситься досить жорстке державне регулювання. ДКЦПФР висуває вимоги щодо складу та структури

активів відносно кожного виду ІСІ. Так, для диверсифікованих ІСІ існують ліміти вкладення коштів у фінансові інструменти (відсоток від загальної вартості активів): банківські депозитні рахунки (максимально 50%, але не більше 10% в один банк), банківські метали (10%), цінні папери, погашення за якими гарантовано Кабінетом міністрів України (50%, але не більше 10% у цінні папери одного випуску), цінні папери іноземних держав (10%), акції українських емітентів (40%), цінні папери іноземних емітентів (20%), іпотечні цінні папери (40%), об'єкти нерухомості (10%). А у недиверсифікованих ІСІ активи можуть складатися із цінних паперів, які не допущені до торгів на фондовій біржі, та нерухомості (50%), також можуть включати векселі та ощадні сертифікати (30%).

Ці обмеження впливають на структуру сформованих портфельів діючих в Україні ІСІ (табл.2).

Таблиця 2

Розподіл вартості зведеного портфеля цінних паперів ІСІ за типами інструментів станом на 01.04.2011 р. [4]

Тип цінних паперів	Сукупна вартість паперів у портфелях ІСІ, млн.грн.	Частка у зведеному портфелі ІСІ, %
Акції	16 776, 6	38,93
Векселі	15 732, 2	36,50
Облігації підприємств	9 589, 9	22,25
Заставні цінні папери	547,7	1,27
Облігації державні внутрішні	277,8	0,64
Ощадні сертифікати	131,9	0,31
Облігації місцевих позик	28,4	0,07
Інші	14,2	0,03
Всього	43 098,9	100,00

Так, на сьогоднішній день найбільш популярним інструментом для всіх видів ІСІ є акції, облігації підприємств та векселі, їх питома вага у всьому портфелі цінних паперів відповідно складає 38,93%, 22,25% та 36,50%.

Ще одним видом активів, який присутній у портфелях ІСІ є грошові кошти та банківські депозити. У структурі інструментів відкритих та інтервальних ІСІ питома вага цих активів складає відповідно 29,52% та 26,04% [4].

Поряд з досить динамічним розвитком інститутів спільного інвестування можна виділити такі негативні чинники, які перешкоджають їх розвитку:

- незрілість фондового ринку України;
- недосконалість захисту прав інвесторів інвестиційних фондів;
- низька частка спільних інвестицій у структурі ВВП;
- нерозвиненість регіонального ринку ІСІ;
- недостатній рівень кадрового та наукового забезпечення ринку;
- низький рівень поінформованості та інвестиційної культури населення.

Проте, на наш погляд, наведений перелік не можна вважати таким, що охоплює увесь комплекс проблем вітчизняного ринку ІСІ, тому дослідження в цьому напрямку повинні продовжуватись.

Для посилення інвестиційної діяльності ІСІ доцільно вжити наступних заходів:

- привести законодавство, що врегульовує діяльність ІСІ, до вимог європейського законодавства [3, с.49];
- посилити контроль за емітентами, цінні папери яких торгуються на організованому ринку, з метою підвищення якості активів;
- впровадити пільгове оподаткування інвесторів, що вкладають кошти в ІСІ на тривалий термін, або зменшити ставку оподаткування інвестиційного доходу;
- вдосконалити методологію розрахунку вартості чистих активів ІСІ;
- спростити процедуру оформлення придбання цінних паперів ІСІ.

Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, що існує великий потенціал для розвитку ІСІ в Україні. Проте, для його реалізації необхідне ефективне регулювання з боку держави, яке має проводитись через реалізацію запропонованих заходів.

Список використаних джерел:

1. Про порядок визначення вартості чистих активів інститутів спільного інвестування (пайових та корпоративних інвестиційних фондів): Положення ДКЦПФР від 24 липня 2002 р. № 606/6894.
2. Мороз В.В. Ринок спільного інвестування в Україні: тенденції розвитку та державного регулювання / В.В.Мороз // Інвестиції: практика та досвід.-2011.-№6.-с.98-104.
3. Федоренко В.Г. Державна підтримка інвестиційної діяльності в Україні / В.Г.Федоренко // Економіка та держава. – 2011. - №2. – с.48-49.
4. Річна аналітика УАІБ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.uaib.com.ua/analituaib/year_analit_uaib.html.
5. Експрес-інформація "Випуск товарів та послуг і валовий внутрішній продукт" [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

УДК 330.341

*Степанчук О.В., групи 5 МО (З),
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Красномовець В.А., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Основною умовою пристосування виробничої системи до динамічного зовнішнього оточення та нестійкого спектра внутрішніх чинників є її спроможність адаптуватися та створювати механізм використання сприятливих тенденцій, що з'являються. Це забезпечується гнучкістю структури підприємства, під якою розуміють спроможність системи цілеспрямовано адаптуватись до мінливого, складного середовища і здійснювати цей процес пристосування з мінімальними витратами.

«Інноваційний менеджмент» (порівняно нове поняття в науково-управлінському середовищі) являє собою самостійну галузь управлінської науки та професійної діяльності, яка спрямована на формування й забезпечення умов інноваційного розвитку будь-якої організації.

Інноваційний менеджмент як апарат управління інноваціями передбачає створення певної ієрархічної організаційної структури, до складу якої входять спеціалізовані підрозділи управління, керівники різних рівнів, які наділяються повноваженнями на прийняття та реалізацію відповідних управлінських рішень і несуть відповідальність за їх результати.

Інноваційний менеджмент необхідно розглядати як систему управління, що активно впливає на підприємницьку діяльність, на розвиток інноваційної, інвестиційної, соціально-економічної, політичної діяльності як окремої організації, так і країни загалом.

Інноваційне управління створює умови як виживання, так і зростання господарських організацій, формування наукомістких галузей, що ведуть до корінних змін асортименту товарних ринків, зростання продуктивності праці, конкурентоспроможності підприємств, держави.

Критеріями ефективності інноваційних процесів є економічні показники, за допомогою яких можна визначити приріст економічного результату відносно витрат. При цьому прибуток і дохідність інновацій виступають не як мета, а як важлива умова і результат здійснення інноваційної діяльності — створення нових продуктів, технологій, послуг, що впливають на рівень життя суспільства.

Основними цілями інноваційного менеджменту слід уважати: 1) забезпечення довгострокового функціонування інноваційного процесу на основі ефективної організації всіх його складових елементів і систем; 2) створення конкурентоспроможної інноваційної продукції, технологій найбільш ефективним і оптимальним шляхом.

Традиційний виробничий процес — неперервний, гомогенний (однорідний, повторюваний на тих самих організаційно-технологічних принципах), у той час як інноваційний виробничий процес циклічний, дискретний, потребує переведення організації на новий технологічний, професійний рівень, має певний ризик і суперечить існуючим нормам, стандартам, правилам, цінностям організації, потребує зміни організаційної культури, організаційної структури.

У процесі відбору ідей і проектів виявляється певна взаємозалежність між організацією як суб'єктом реалізації нововведення та характером нововведень. Самі по собі нововведення часто потребують, з одного боку, гнучкої корпоративної політики, децентралізації і мобільності організаційних структур, з іншого — взаємодії всіх служб, що працюють над оновленнями. Отже, проблеми, що виникають під час упровадження нововведення, вирішуються шляхом узгодження суперечностей між характером нововведення та підприємством.

Перед тим як упроваджувати інновацію в організації виникає необхідність точно і ясно встановити, які потоки інформації необхідні між людьми і в чому конкретно будуть відбуватися зміни, їх сутність. Одним із завдань у здійсненні нововведень і подолання опору — це залучення на їх бік формальних і неформальних лідерів, прийняття відповідних директивних документів, розпоряджень, інструкцій, що охоплюють перетворення в різних структурних ланках.

Список використаних джерел:

1. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. Пособие / Под ред. проф. Н. П. Любушкина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999.- 471 с.
2. Адамчук В.В и др. Экономика труда: Учебник / В.В.Адамчук , Ю.П.Кокин , Р.А.Яковлев ; Под ред . В.В.Адамчука . – М.: ЗАО "Финстатинформ", 1999. -431с.
3. Акбердин Р.С., Кибанов А.Я. "Совершенствование структуры, функций и экономических взаимоотношений управленческих подразделений предприятий при формах хозяйствования". Учебное пособие.-М.: ГАУ,1993г.
4. Аникеев Г.Г. Методичні розробки плану маркетингу. – М : Прогрес, 1995.-132 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление. М. : Экономика, 1989
6. Архипова Н.И. Управление в чрезвычайных ситуациях. М. : Рос. Гос. ун-т, 1998
7. Балабанова И.Т Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. – 2-е изд., доп. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 208 с.
8. Батюрин Л.С. Управление техническими нововведениями в промышленности. - Л., 1986.

УДК 339.7

*Таран О.О., студентка групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

СУЧАСНІ МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні структурні економічні зміни вимагають від підприємств системного підходу, базованого на успішному зарубіжному досвіді щодо формування загальної стратегії його розвитку. Більшість підприємств нагадують тимчасові структури, не наділені необхідним запасом фінансової, організаційної, економічної та виробничої "міцності", що не дає змогу в разі необхідності провести ефективно оновлення [3].

В умовах структурних економічних змін важливого значення для підприємств набувають інвестиції, без яких неможливе оновлення, інноваційне нарощення виробничого потенціалу суб'єктів підприємницької діяльності. Для цього потрібний перехід до загальноприйнятої у світовій практиці методології здійснення інвестицій в умовах ринкової економіки, що може бути реалізовано шляхом розробки методичних підходів до формування інвестиційної стратегії підприємства.

Інвестиційна стратегія — система довгострокових цілей інвестиційної діяльності і набір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення. З метою вибору оптимальної інвестиційної стратегії необхідно чітко розуміти підходи до її формування [4].

У процесі розробки інвестиційної стратегії особлива увага приділяється виробництву конкурентоспроможної продукції, повноті виявлення грошових доходів, мобілізації внутрішніх ресурсів, максимальному зниженню собівартості продукції, формуванню та розподілу прибутку, визначенню оптимальної потреби в оборотних коштах, раціональному використанню залучених коштів, ефективному використанню капіталу підприємства [2].

Формування інвестиційної стратегії підприємства здійснюється в просторі перетинання взаємних інтересів як самого підприємства, так і його потенційного стратегічного інвестора. А інвестиція являє собою особливий товар, що обертається на ринку [1]. Тому можливість її одержання в тому або іншому вигляді часто залежить від розуміння та врахування взаємних інтересів партнерів, від уміння бачити об'єкт інвестування з позицій стратегічного інвестора й оцінювати його інвестиційну привабливість.

Сучасні ринкові умови формують ряд вимог до системи формування інвестиційної стратегії підприємств, а саме [5]:

- Розробка інвестиційної стратегії повинна ґрунтуватись на науковій основі, з використанням сучасних теоретико-методологічних підходів;

- При формування інвестиційної стратегії необхідно достатньо повно враховувати стан зовнішнього соціально-економічного середовища і його прогноз, досягнення в області науково-технічного розвитку;

- Формування інвестиційної стратегії повинно проводитись в нерозривному зв'язку зі стратегічними цілями підприємства, його пріоритетам та завданням діяльності;

- Інвестиційна стратегія має будуватися відповідно до регіональної інвестиційної політики, не суперечити їй в основних моментах і напрямках.

Методологічний процес формування інвестиційної стратегії наведемо на рис. 1 [3].



Рис. 1 Система формування інвестиційної стратегії

Вихідними компонентами планування інвестиційної стратегії має бути пошук і формування варіантів капіталовкладень, визначення відносних і

абсолютних розмірів їх прибутковості, встановлення можливостей фінансування за рахунок різних джерел, оцінювання надійності реалізації та можливості успіху того чи іншого варіанта інвестування. Для вирішення таких складних і нехарактерних для управлінського персоналу проблем доцільно залучати науково-консультаційні фірми або тимчасово наймати групи вчених спеціалістів у даній галузі наукових і практичних знань. Правильність прийнятих науково-технічних рішень, пов'язаних з практичними можливостями, буде виявлятися під час тривалого періоду благоприємного впливу інвестицій на виробництво та збут продукції, збільшення прибутку підприємства [1].

Зрозуміло, що необґрунтоване здійснення інвестицій ще не гарантує підприємству ринкового успіху, якщо відсутня узгодженість дій у сфері інвестування, основу якої становить інвестиційна стратегія. Водночас, інвестиційна стратегія виходить з загальної стратегії економічного розвитку підприємства і має узгоджуватися з нею за цілями та етапами розвитку. Урахування взаємозв'язку інвестиційної стратегії з іншими складовими стратегічного набору дозволить значно підвищити ефективність її розробки.

Отже, системне дослідження сучасних методологічних підходів до процесу формування інвестиційної стратегії та обґрунтовані принципи формування інвестиційної стратегії дозволили запропонувати таку логіку процесу формування інвестиційної стратегії [3]:

1. Визначення цілей і задач інвестиційної діяльності.
2. Аналіз факторів внутрішнього і зовнішнього середовища з позиції інвестиційної діяльності.
3. Визначення шляхів досягнення поставлених інвестиційних цілей і формування інвестиційної програми.
4. Визначення джерел фінансування.
5. Формування альтернативних проектів та сценаріїв.
6. Визначення ризиків та шляхів їх мінімізації.
7. Розрахунок ефективності альтернативних проектів та вибір найбільш ефективного проекту.
8. Оцінка результативності розробленої інвестиційної стратегії.
9. Розробка планів реалізації інвестиційної стратегії.

Отримані результати є ефективним методологічним інструментом для формування інвестиційної стратегії в сучасних ринкових умовах.

Список використаних джерел:

1. Бланк, І. О. Інвестиційний менеджмент [Текст] : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / І. О. Бланк. – К. : КНЕУ, 2009. – 398 с.
2. Міщенко, А. П. Стратегічне управління [Текст] / А. П. Міщенко. – К. : Центр навчальної літератури, 2008. – 336 с.
3. Свобода Т. І. Обґрунтування інвестиційної стратегії підприємства. / Т. І. Свобода. - Науково-практична інтернет-конференція // <http://intkonf.org/svoboda-t-i-obgruntuvannya-investitsiynoyi-strategiyipidpriemstva/>
4. Черваньов Д. М. Управлінські складові здійснення інвестиційної діяльності на підприємствах України [Текст] / Д. М. Черваньов, П. В. Кухта // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 11. – С. 85–87.

5. Штанько Л. О. Процес планування ефективної інвестиційної стратегії підприємства / Л. О. Штанько // Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. праць. – Київ, 2009 р. – С. 65-67.

УДК 336.76

*Цибулько Є.А., студент групи 5 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ІНВЕСТИЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Актуальність фінансових інвестицій в діяльності підприємств України посилюються ринковою трансформацією національної економіки. Дослідження теоретичних і прикладних основ управління фінансовими інвестиціями сприяє підвищенню якісного рівня окремих аспектів підприємницької діяльності. В системі накопичення інвестицій значна увага має приділятися нормативно-законодавчим регуляторам, які мають низьку виконавчу дію.

Фінансові інвестиції являють собою вкладення в фінансові інструменти. На відміну від виробничого фінансове інвестування не передбачає обов'язкового створення нових виробничих потужностей і контролю за їх експлуатацією. У сучасних умовах фінансовий інвестор, як правило, не бере участі в управлінні реальними активами, покладаючись у цьому на фахівців-менеджерів. Тому процес фінансового інвестування зовні виражається у формі купівлі-продажу цінних паперів.

У процесі управління фінансовими інвестиціями вирішуються такі завдання:

- забезпечення надійності вкладень;
- підвищення дохідності інвестицій;
- збільшення ринкової вартості вкладень;
- забезпечення ліквідності фінансових інвестицій

Здійснення фінансових інвестицій характеризується низкою особливостей, основними з яких є:

1. Фінансові інвестиції є незалежним видом господарської діяльності для підприємств реального сектора економіки.

2. Фінансові інвестиції є основним засобом здійснення підприємством зовнішнього інвестування.

3. У системі сукупних інвестиційних потреб підприємств реального сектора економіки фінансові інвестиції формують інвестиційні потреби другого рівня (другої черги).

4. Стратегічні фінансові інвестиції підприємства дозволяють йому реалізувати окремі стратегічні цілі свого розвитку більш швидким і дешевим шляхом.

5. Портфельні фінансові інвестиції використовуються підприємствами реального сектора економіка в основному в двох цілях: отримання додаткового

інвестиційного доходу в процесі використання вільних грошових активів та їх проти інфляційного захисту.

6. Фінансові інвестиції надають підприємству найбільш широкий діапазон вибору інструментів інвестування за шкалою «доходність-ризик».

7. Фінансові інвестиції надають підприємству достатньо широкий діапазон вибору інструментів інвестування й за шкалою «доходність-ліквідність».

8. Процес обґрунтування управлінських рішень, пов'язаних зі здійсненням фінансових інвестицій, є більш простим і менш трудомістким.

9. Висока схильність до коливань кон'юнктури фінансового ринку в порівнянні з товарним визначає необхідність здійснення більш активного моніторингу в процесі фінансового інвестування.

Отже, фінансові інвестиції є досить привабливим та зручним способом вкладання коштів. На даному етапі розвитку їх використання лише розпочинається, проте його гальмує страх інвесторів перед високими ризиками.

Для ширшого використання фінансових інвестицій, на мою думку, необхідно впроваджувати елементи фінансової і стабілізаційної політики, пріоритетними напрямками якої мають бути: оптимізація ефективності фінансування завдань, які належать до сфери компетенції держави та місцевої влади; розвиток страхових механізмів пенсійного забезпечення, медичного обслуговування, страхових принципів фінансування отримання вищої та спеціальної освіти; заохочення комерційного кредитування суб'єктів господарської діяльності; заохочення розвитку механізмів випуску корпоративних облігацій, розрахованих як на внутрішній, так і на зовнішній ринки; цілеспрямований розвиток інститутів та інструментів фондового ринку України.

Список використаних джерел:

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. – К.: "Ника-Центр", 2005. – 600 с.
2. Максимова В.Ф. Инвестиционный менеджмент / В.Ф. Максимова. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. – 158 с.
3. Федоров А.В. Основы финансовых инвестиций / А.В. Федоров. – СПб.: Питер, 2007. – 320с.

УДК 330.322

Чирва І.В., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Формування конкурентоспроможного аграрного виробництва в кожному регіоні України потребує достатнього інвестиційного забезпечення. В останні роки в економіці відбулися помітні позитивні зрушення в інвестуванні, у тому числі і в сільському господарстві [1, 7].

Значний внесок у вивченні проблем інвестування зробили вчені, зокрема: І.А. Бланк, С.О. Гуткевич, М.Ю. Коденська, М.І. Кісіль, А.А. Пересада, П.Т. Саблук, В.Г. Федоренко, О.М. Царенко.

Так, в економічній літературі, що видавалася до 1991 року, а також у практиці господарської діяльності поняття інвестицій, по суті, зводилося до капіталовкладень у просте і розширене відтворення основних фондів. Таке звужене розуміння категорії інвестицій характерне і для деяких зарубіжних авторів [6]. Водночас ряд економістів поняття інвестицій розглядають дещо ширше, розуміючи під ними додаткові вкладення в основні і оборотні засоби у процесі господарської діяльності [5]. Проте в практичній діяльності зарубіжних фірм, в економічній літературі інвестиції нерідко трактуються ширше, коли під ними розуміють усі напрямки вкладення коштів, що забезпечують одержання прибутку [2].

Однаковий зміст інвестицій знаходить своє відображення у працях українських економістів, зокрема І. Бланка [3], В. Федоренка [10], де зазначено, що інвестиції – це вкладення (витрати) грошей, капіталу з метою подальшого його збільшення, одержання доходу, або те й інше.

Нині для економіки нашої країни важливе значення має підвищення конкурентоспроможності виробництва й на цій основі збільшення обсягу інвестицій.

Інвестиції являють собою процес нагромадження капіталу, виступаючи тим самим найважливішим джерелом економічного розвитку. Основною метою фінансового ринку є трансформація суспільних заощаджень в інвестиції.

У сучасних умовах стрімкого розвитку нових технологій інвестиції виступають найважливішим засобом забезпечення прогресивних структурних зрушень в економіці, поліпшення якісних показників діяльності на мікро- і макрорівнях. Чим більші обсяги інвестицій і вища їх ефективність, тим швидше відбувається відтворювальний процес, здійснюються позитивні ринкові зрушення й перетворення.

На підтвердження цього О. Мертенс у книзі "Інвестиції" зазначає, що поняття "інвестиції" є дуже широким, щоб можна було дати йому однозначне і вичерпне визначення. Так, в макроекономіці "інвестиції" – це частина сукупних витрат на нові засоби виробництва, інвестиції в нове житло, приріст товарних запасів, тобто "інвестиції" – це частина валового внутрішнього продукту, яка не спожита в поточному періоді, і забезпечує приріст капіталу в економіці. В мікроекономіці "інвестиції" розглядаються як процес створення нового капіталу, включаючи як засоби виробництва, так і людський капітал. А у фінансовій теорії під "інвестиціями" розуміють придбання реальних чи фінансових активів, тобто це сьгоднішні витрати, метою яких є одержання майбутньої вигоди [8].

Розвиток інвестиційних процесів є одним з основних напрямів розширення та відтворення основних фондів і виробничих потужностей підприємств на базі науково-технічного прогресу. Тому слід відзначити, що економічну категорію "інвестиції" тісно пов'язують з такими економічними дефініціями як "відтворення" й "відтворення основних фондів" і досить часто до них апелюють.

Отже, підвищення ефективності інвестицій не може розглядатися у відриві від раціонального використання основних фондів. Дані процеси тісно пов'язані

один з одним, однаково суттєві, їх рух взаємообумовлений і підкорений одній меті – відтворенню основних фондів. Але нерозривність і однакова направленість процесів використання основних фондів та інвестицій не робить їх однозначними, інвестиційний процес все ж таки є головнішим.

Визначальна роль інвестицій зумовлена відтворенням по суті руху основних фондів, яку І. Зенкова виразила так: відтворення основних фондів – це процес інвестицій, опосередкований використанням основних фондів. Саме процесу інвестування, окрім притаманної йому політекономічної функції здійснення розширеного відтворення основних фондів, властива ще й функція суто виробничого характеру – регулятора виробництва [4].

Об'єктами інвестування можуть бути підприємства, які будуються, реконструюються або розширюються, інші основні фонди, які орієнтовані на вирішення певного завдання [9].

У стані економічної кризи інвестиції насамперед необхідні для стабілізації економіки, її пожвавлення та піднесення. Отже, інвестиції визначають потенціал економіки. Збільшення реального капіталу суспільства (придбання машин, устаткування, модернізація, будівництво будівель, інженерних споруд) підвищує виробничий потенціал економіки. Інвестиції у виробництво, нові технології допомагають вижити в жорсткій конкурентній боротьбі (як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку), дають змогу більш гнучко регулювати ціни на продукцію та ін.

У макроекономічному масштабі сьогоднішній добробут є значною мірою результатом вчорашніх інвестицій, а сьогоднішні інвестиції, у свою чергу, закладають основи завтрашнього зростання виробництва й більш високого добробуту.

Інвестиції відіграють важливу роль й на мікрорівні, на якому вони необхідні насамперед для досягнення таких цілей: розширення та розвиток виробництва; недопущення надмірного морального й фізичного зносу основних фондів; підвищення технічного рівня виробництва; підвищення якостей забезпечення конкурентоспроможності продукції і кожного підприємства; здійснення природоохоронних заходів; придбання цінних паперів та вкладення коштів у активи інших підприємств.

Інвестиції також необхідні для забезпечення нормального функціонування підприємства в майбутньому, стабільного його фінансового становища та максимізації прибутку.

Отже, інвестиції є найважливішою економічною категорією, відіграють значну роль як на макро-, так і на мікрорівні насамперед для простого і розширеного відтворення, структурних змін, максимізації прибутку і на цій основі — для вирішення багатьох соціальних проблем.

Інвестиції відіграють ключову роль у розвитку економічних процесів. Інвестиції для підприємства є основою реалізації стратегічних цілей економічного розвитку. Інвестиції забезпечують просте й розширене відтворення основних фондів підприємства. Інвестиції дають можливість вирішувати завдання соціального й екологічного плану.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зазначити, що теоретичні й практичні проблеми розвитку інвестування завжди посідали чільне місце у системі наукових досліджень практично усіх економічних шкіл і течій, а на нинішньому етапі розвитку цивілізованого суспільства вони не втратили своєї актуальності. І для будь-якої економічної системи інвестиційна діяльність як важлива складова розвитку економіки завжди виступатиме об'єктом пильної уваги науковців, а кожному із етапів економічного розвитку відповідатиме своє бачення природи інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Інвестиційна привабливість аграрно-промислового виробництва регіонів України / [П.Т. Саблук, М.І. Кісіль, М.Ю. Коденська та ін.]; за ред. М.І. Кісіля, М.Ю. Коденської. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 478 с.
2. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств: Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.
3. Бланк І.А. Инвестиционный менеджмент. - К., МП “ИТЕМ ЛТД”, “Юнайтед Лондон Лимитед”, 1995 - 448с.
4. Зенкова І.А. Инвестиционный механизм комплексного развития АПК. — М.: Наука, 1990. — 126 с.
5. Касл Е., Беккер М., Нелсон А. Эффективное фермерское хозяйство. Пер. с англ. М.: ВО. Агропромиздат, 1991. С. 172.
6. Кемпбелл Р., Міакконелл, Стенді Л. Брю. Економікс (пер. з англ.), т. 1, С.136.
7. Коденська М.Ю. Інвестиційні пріоритети в аграрно-промисловому виробництві/ М.Ю. Коденська // Економіка АПК. – 2010. - №5. – С. 49-63.
8. Мертенс А.В. Инвестиции. — К.: Киевское инвестиционное агенство, 1997. — 416 с.
9. Музиченко А.С. Інвестиційна діяльність в Україні: навчальний посібник. – К.: Кондор, 2005. – 406 с.
10. Федоренко В. Г. Інвестиційний менеджмент: Навчальний посібник – К.; МАУП, 1999. – 184 с.

УДК 336.7

Якуненко К.В., аспірант кафедри економічної теорії

Національного університету «Києво-Могилянська академія»

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ КАПІТАЛЬНИХ АКТИВІВ: МОДИФІКАЦІЇ ТА ЇХНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

МОКА є складовою пласту економічної теорії, відомого як теорія ринку капіталу («capitalmarkettheory»). Ця теорія охоплює також аналіз цінних паперів та теорію інвестиційного портфелю: нормативні блоки, які описують, як інвестори мали б вчиняти за певних припущень. Натомість МОКА є теоретичним блоком позитивного характеру: описує ринкові взаємозв'язки, що є наслідком дій інвесторів у відповідності до теорії інвестиційного портфелю. В рамках теорії ринку капіталу ризик має двій складові: систематичну (аборинкову, або таку, що неможливо диверсифікувати) та несистематичну (або унікальну, або специфічну, або таку, що усувається диверсифікацією). Систематичний ризик пов'язаний із ризиком інвестування в композитний портфель ліквідних активів (наприклад, індекс акцій), позаяк несистематичний — з конкретною галуззю чи компанією, тобто не залежить від

коливань на ринку капіталу в цілому. Розрізнення цих двох типів ризику є теоретичною основою МОКА. [1, с. 82–85]. Розгляньмо найпоширеніші версії МОКА.

Таблиця 1.

МОКА: версія фінансистів-практиків

Модифікація	Показник	Формула обчислення
Практики	K_E	$K_E = K_U + \frac{D}{E}(K_U - K_F)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D}{E}\beta_U$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L}{E + D}$
	WACC	$WACC = K_U - D \frac{R_F - K_D(1 - T)}{E + D}$
	VTS	$VTS = PV[K_U; DK_D T - D(K_D - R_F)]$
Fernandez (2007)	K_E	$K_E = K_U + \frac{D(1 - T)}{E}(K_U - K_D)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D(1 - T)}{E}(\beta_U - \beta_D)$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L + D(1 - T)\beta_D}{E + D(1 - T)}$
	WACC	$WACC = K_U \left(1 - \frac{DT}{E + D}\right)$
	VTS	$VTS = PV[K_U; DTK_U]$
Ruback (1995), Harris-Pringle (1985)	K_E	$K_E = K_U + \frac{D}{E}(K_U - K_D)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D}{E}(\beta_U - \beta_D)$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L + D\beta_D}{E + D}$
	WACC	$WACC = K_U - D \frac{K_D T}{E + D}$
	VTS	$VTS = PV[K_U; DK_D T]$
Damodaran (1994)	K_E	$K_E = K_U + \frac{D(1 - T)}{E}(K_U - R_F)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D(1 - T)}{E}\beta_U$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L}{E + D(1 - T)}$
	WACC	$WACC = K_U \left(1 - \frac{DT}{E + D}\right) + \frac{D(K_D - R_F)(1 - T)}{E + D}$
	VTS	$VTS = PV[K_U; DTK_U - D(K_D - R_F)(1 - T)]$
Miles-Ezzell (1980)	K_E	$K_E = K_U + \frac{D}{E}(K_U - K_D) \left(1 - \frac{TK_D}{1 + K_D}\right)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D}{E}(\beta_U - \beta_D) \left(1 - \frac{TK_D}{1 + K_D}\right)$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L + D\beta_D \left(1 - \frac{TK_D}{1 + K_D}\right)}{E + D \left(1 - \frac{TK_D}{1 + K_D}\right)}$
	WACC	$WACC = K_U - D \left(\frac{K_D T}{E + D}\right) \left(\frac{1 + K_U}{1 + K_D}\right) \left(1 - \frac{DT}{E + D}\right) + \frac{D(K_D - R_F)(1 - T)}{E + D}$
	VTS	$VTS = PV[K_U; DTK_D] \frac{E + D}{1 + K_D}$

Модифікація	Показник	Формула обчислення
Myers (1974)	K_E	$K_E = K_U + \frac{D - D \times VTS}{E} (K_U - K_D)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D - D \times VTS}{E} (\beta_U - \beta_D)$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L + (D - VTS)\beta_D}{V_U}$
	WACC	$WACC = K_U - \frac{DVTS(K_U - K_D) + DK_D T}{E + D}$
	VTS	$VTS = PV[K_D; DTK_D]$
Modigliani–Miller (1958)	K_E	$K_E = K_U + \frac{D}{E} \left(K_U - K_D(1 - T) - (K_U - g) \frac{VTS}{D} \right)$
	β_L	$\beta_L = \beta_U + \frac{D}{E} \left(\beta_U - \beta_D + \frac{TK_D}{P_M} - \frac{VTS(K_U - g)}{DP_M} \right)$
	β_U	$\beta_U = \frac{E\beta_L + D\beta_D - \frac{DTK_D - VTS(K_U - g)}{P_M}}{E + D}$
	WACC	$WACC = K_U - \frac{DVTS(K_U - K_D) + DK_D T}{E + D}$
	VTS	$VTS = PV[R_F; DTR_F]$

Де β_D — бета-коефіцієнт боргового капіталу, β_L — бета-коефіцієнт акціонерного капіталу з урахуванням боргового плеча, β_U — бета-коефіцієнт акціонерного капіталу без урахуванням боргового плеча, D — вартість боргового капіталу, E — вартість акціонерного капіталу, g — темп постійного прогнозного зростання грошового потоку, K_E — затребувана ставка доходності на акціонерний капітал з борговим плечем, K_U — затребувана ставка доходності на акціонерний капітал без боргового плеча, K_D — затребувана ставка доходності на борговий капітал, $P_M = R_M - R_F$ — премія за ризик, PV — теперішня вартість майбутніх грошових потоків, R_F — без ризику ставка доходності, T — ставка податку на прибуток підприємства, VTS — вартість податкового щита (теперішня вартість усіх майбутніх податкових заощаджень, що виникають внаслідок боргового фінансування; адже фінансові витрати знижують базу оподаткування, тому реальна вартість боргового фінансування складає $K_D(1 - T)$), V_U — вартість акціонерного капіталу без боргового плеча, $WACC$ — середньозважена вартість капіталу.

Джерело: [2, с. 13–14].

Охарактеризуємо коротко наведені модифікації.

- Найстаріша версія — Modigliani–Miller — спирається на обрахування вартості податкового щита на основі безризикової ставки, що не витримує критики самих же авторів (на той час було поширеною практикою ототожнювати вартості власного та боргового капіталів, що критикували Modigliani–Miller[3, с. 261–262]; в фокусі дослідження був зв'язок між вартістю фірми та її левериджем).

- За Myers, податковий щит визначається на основі вартості боргу (на відміну від Modigliani–Miller), оскільки ризик від податкових заощаджень, які виникають внаслідок боргового фінансування, відповідає ризику, пов'язаному з боргом.

- Версія Miles–Ezzell розроблена для незмінної в часі частки боргу в структурі капіталу.

- Найбільша чутливість до зміни темпу зростання грошового потоку притаманна версіям практиків, Damodaran, Harris–Pringle та Miles–Ezzell.

- Harris–Pringle та Ruback пропонують дисконтувати податкові заощадження за доходністю активів (на відміну від доходності боргу за Myers),

оскільки податкові заощадження від боргового фінансування характеризуються таким же ризиком, як і активи фірми.

• Найбільша чутливість до зміни ставки оподаткування притаманні версіям практиків та Damodaran. За Myers та Modigliani–Miller, знижується в разі підвищення ставки оподаткування; за Fernandez, підвищується в разі підвищення ставки оподаткування.

• Версії Myers та Modigliani–Miller враховують вплив податкового щита, тому ці версії доцільно використовувати для фірм з високим левериджем (значним податковим щитом). За цими версіями, вартість фірми визначається як сума активів без урахування боргового плеча та вартості податкового щита. Згідно з балансовою тотожністю, ця сума дорівнює сумі ринкової вартості акціонерного капіталу та боргу.

• Damodaran та практики не враховують бета-коефіцієнт боргу. Таким чином, ці версії меншою мірою підходять для фірм, що мають емісії облігаційних позик, які торгуються на організованому ринку.

• До фірм, які характеризуються слабкою кредитоспроможністю зазвичай застосовується метод практиків, оскільки продукує найконсервативнішу оцінку вартості фірми (найвищу затребувану вартість власного капіталу). Ідея версії — відобразити сильніший вплив левериджу на ризик, а відтак і вартість, фірми. Цей метод застосовується переважно фірмами-консультантами та інвестиційними банками.

• Найпоширенішою версією є версія практиків, Fernandez та Damodaran [1, с. 128–130; 2, с. 6–12].

Кожну з формул слід корегувати на премію щодо країни, оскільки джерелом вхідних даних є фондові ринки інших країн. Така поправка вноситься шляхом додавання премії до K_U .

Список використаних джерел:

1. Pratt S. P. Cost of capital: applications and examples / Pratt S. P., Grabowski R. J. — 3rd ed. — New Jersey : John Wiley & Sons, 2008. — 816 p. — ISBN 978-0-470-17115-8.
2. Fernandez P. Levered and unlevered beta / Fernandez P. // IESE Business School working papers. — 17 October 2006. — 16 p. — Mode of access: <http://ssrn.com/paper=303170/>.
3. Modigliani F. The cost of capital, corporation finance and the theory of investment / Modigliani F., Merton H. M. // The American Economic Review. — 1958. — Vol. 48, №3. — P. 261-297. — ISSN 0002-8282.

УДК 334.735:336.531.2(477)

Яременко О.В., аспірант

Вищий навчальний заклад Укоопспілки

Полтавський університет економіки і торгівлі

НАПРЯМИ ПРИСКОРЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

В умовах ринкової трансформації ключовою проблемою, яка впливає на складні процеси становлення і ефективного функціонування підприємств споживчої кооперації - це перепона формування фінансових ресурсів, які

забезпечують відтворення та оновлення матеріально – технічного потенціалу виробництва. Важливим інструментом стабілізації економічної ситуації кооперативного сектору є розвиток фінансово-економічного потенціалу та формування адекватного інвестиційного забезпечення. Проте, падіння обсягів народного виробництва, політичні та соціальні проблеми зменшили інвестиційну привабливість підприємств споживчої кооперації та зменшили їх інвестиційний потенціал. Амортизація (знос) устаткування, особливо фізичний, різко посилюється, втрачено більшість конкурентних переваг підприємств [4].

З урахуванням діючих економічних реалій, інвестиційне забезпечення загальної інфраструктури Укоопспілки є найважливішою умовою вирішення практично всіх стратегічних і значної частини поточних завдань розвитку кооперативного сектору, оскільки ефективна діяльність у довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів їх розвитку і підвищення конкурентоспроможності значною мірою визначаються рівнем їх інвестиційної активності і діапазоном інвестиційної діяльності.

На кінець 2010 року у споживчій кооперації значною мірою зросли обсяги капітальних вкладень на 116117 тис.грн. або на 137,56%, у т.ч. в будівельно-монтажні роботи на 67040 тис.грн та інвестиції в основний капітал - 36009 тис.грн. Інвестовано на модернізацію, будівництво та придбання основних засобів понад мільярд гривень. Сума власних коштів споживчої кооперації у 2010 році зросла на 395 млн.грн. порівняно з 2004 роком, в тому числі частка фінансових інвестицій зросла на 26 млн.грн., що забезпечує суттєвий потенціал на перспективних розвиток споживчої кооперації [2; 3].

Виходячи з проаналізованого, останніми роками в інвестиційній діяльності підприємств споживчої кооперації, про що свідчать обсяги інвестицій які направляються, з'явилися відповідні умови, які вселяють надію щодо створення можливостей для їх закріплення та подальшого розвитку процесів інвестування кооперативних підприємств Укоопспілки.

З погляду інвестиційного забезпечення розвитку економічного потенціалу відбувається істотна зміна структури фінансування капітальних вкладень, поступовий перехід від переважання централізованих джерел фінансування і державних інвестицій до пріоритету власних засобів підприємства і приватних інвестицій або в ситуаціях, де практично повністю відсутні власні фінансові активи набувають значення іноземні інвестиції як додаткове джерело фінансування.

Сьогодні з'являється впевненість, що існуючі негативні явища та тенденції у інвестиційній сфері кооперативного сектору можуть бути успішно подолані. Суттєвим чинником інвестиційного забезпечення є посилення та належний рівень державної підтримки кооперації. При цьому державна інвестиційна політика повинна базуватись на формування стратегії інвестиційної діяльності, яка передбачає комплекс заходів, спрямованих на принципові зрушення у підходах, щодо поліпшення інвестиційного середовища системи Укоопспілки, зокрема залучення значних обсягів фінансових активів. Зокрема, вважаємо, запровадити часткову компенсацію трансакційних витрат з боку держави, створити систему державних гарантій та активізувати використання лізингових

послуг як альтернативної форми фінансування підприємств споживчої кооперації.

Водночас, для інвестиційного забезпечення основного капіталу підприємств споживчої кооперації необхідно використовувати позивний зарубіжний досвід країн ЄС. В цих питаннях заслуговує на увагу досвід кооперативних спілок західноєвропейських країн, зокрема Австрійського кооперативного союзу. Найбільшого поширення набула кредитна форма фінансування, яка передбачає надання державних і муніципальних кредитів, які носять, як правило, пільговий характер, позик кооперативних банків, деколи короткотермінових кредитів членам кооперативів [1].

Слід наголосити, що у країнах Західної Європи не набула поширення акціонерна і інші подібні форми фінансування, оскільки залучення стороннього капіталу часто передбачає втрату податкових та інших пільг зі сторони держави, які не поширюються на підприємства з акціонерною формою власності.

Таким чином, найважливішим елементом інвестиційного забезпечення розвитку економічного потенціалу підприємства споживчої кооперації є вибір його напрямку. Ключовим завданням інвестиційної політики системи підприємств Укоопспілки є адаптація сучасної моделі інвестування до конкретних умов, коли внутрішні принципи ринкової економіки, що формується, явно недостатні для вирішення виникаючих перед нею проблем.

Ключові позиції повинні займати загальнодержавні органи управління, які базуються на формуванні фінансових ресурсів для інвестиційного забезпечення всіх галузей Укоопспілки. Іншою є мобілізація позабюджетних джерел, за рахунок яких в розвинених країнах забезпечується основна частина капіталовкладень в кооперативне господарство. Також повинно стати поглиблення міжнародного кооперативного співробітництва, отримання переваг від участі у міжнародних кооперативних об'єднаннях та проектах економічної співпраці.

Список використаних джерел:

1. Семів С.Р. Організаційно – економічні засоби підвищення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації України на зовнішньому ринку/ С.Р.Семів// Вісник Львівської комерційної академії. –Вип.30. – Львів. - 2009. – 127-132 с.
2. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2004рік. – К: Укоопспілка, 2010. – с.129.
3. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2009рік. – К: Укоопспілка, 2004. – с.118.
4. Параконний С.В. Напрями інвестиційного забезпечення розвитку економічного потенціалу підприємства // Фінанси України. – 2007. - №6. – с.70 -78.

СЕКЦІЯ 6. СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК 330.(510)

*Басараб О.М., студентка групи 5 ЕТ,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Кукурудза І.І., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економічної теорії та міжнародної економіки
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ КНР В 12-Й П'ЯТИРІЧЦІ

Соціально економічні показники розвитку КНР в роки 11-ї п'ятирічки (2006-2010рр.) продемонстрували всі плюси і мінуси китайської моделі економічних реформ, так званого пекінського консенсусу на відміну від західної моделі реформ («вашингтонського консенсусу»). Завдяки розвитку в період 11-ї п'ятирічки, Китай випередив Японію за загальним обсягом ВВП, ставши другою економікою у світі. Середньорічні темпи приросту ВВП за роки 11-ї п'ятирічки виявилися високими і КНР заняла 1-е місце в світі за цим показником: 2006 р. – 12,7% (21,6 трлн. юаней), 2007 р. – 14,2% (26,6 трлн. юаней), 2008 р. – 9,6% (31,4 трлн. юаней), 2009 р. – 9,2% (33,5 трлн. юаней), 2010 р. – 10,3% (39,8 трлн. юаней) [1].

Прийнятий в березні 2011 р. Всекитайськими зборами народних представників 12-й п'ятирічний план соціально-економічного розвитку КНР (2010-2015 рр..) викликав широкий інтерес за межами Китаю. Він в умовах соціально-економічної і політичної деградації західного світу багато в чому демонструє позитивний зразок діяльності держави, яка прагне вирішувати і вирішує нагальні проблеми країни. Саме цей період в Пекіні розглядають як ключовий етап у здійсненні подальших реформ в політичній, економічній, соціальній та культурній галузях.

Підводячи підсумки сесії, прем'єр Держради КНР Вень Цзябао заявив, що в новій п'ятирічці китайську економіку чекає фундаментальна трансформація: «Ми будемо приділяти більше уваги ефективності зростання, захисту навколишнього середовища та підвищення рівня життя, – сказав він . – Є дві цифри, які важливіші темпів зростання ВВП. Це частка ВВП, яку країна витрачає на освіту та на наукові дослідження» [2].

Зберігаючи високі темпи росту, Китай прагне провести реструктуризацію економіки, посиливши увагу до секторів економіки нового типу. Зокрема, виділено сім «стратегічних» галузей, розвитку яким у найближчі п'ять років буде надано пріоритет: інформаційні технології нового покоління, охорона навколишнього середовища, енергозбереження і нетрадиційні та альтернативні джерела енергії, біологія, високотехнологічне обладнання з великою доданою вартістю, матеріалознавство та створення автомобіля на нових видах енергії [3].

Під час «12-ї п'ятирічки» соціально-економічний розвиток Китаю виявить шість нових змін у посиленні уваги до поліпшення народного життя [4]:

1. Від ослаблення уваги до зростання ВВП до забезпечення та поліпшення якості народного життя. Відповідно до плану чергової п'ятирічки економіка повинна зростати в середньому всього на 7% на рік. У такому разі до 2015 р. китайський ВВП складе 55 трлн. юаней (8,37 трлн.дол.) і продовжить наздоганяти США [2].

Попереднє економічне зростання КНР досяглося за рахунок дешевого експорту, а також колосальних інвестицій. Подібна модель має ряд вкрай небезпечних для режиму негативних ефектів, у тому числі деградація навколишнього середовища, надування фінансових бульбашок, розрив між багатими приморськими провінціями на сході КНР і жебраками внутрішніми регіонами, а також зростаюча прірва між бідними і багатими. Коефіцієнт Джині, що дозволяє виміряти соціальне розшарування, в КНР складає 0,5 [1], в той час як навіть показник в 0,4 соціологи називають провісником майбутньої революції. Як першочерговий захід в найближчі п'ять років держава КНР має намір удвічі наростити соціальні витрати: відтепер Пекін готовий витратити на медицину, освіту та соцзабезпечення до 25% видаткової частини бюджету. Правда, фундаментальних проблем начебто відсутність пенсійної системи (вона є тільки для працівників держпідприємств) ці заходи поки не вирішать [2].

2. Від енергозбереження та скорочення викидів до низьковуглецевого екологічного розвитку. В наступній п'ятирічці очікується продовження реалізації показників примусового характеру з енергозбереження та скорочення викидів. Відповідно до плану за 12-у п'ятирічку частка поновлюваних джерел енергії в енергобалансі КНР повинна зрости до 11,4% з нинішніх 8%. Обсяг енергії, спожитої на виробництво одиниці ВВП, повинен знизитися на 16%, викидів вуглекислого газу – на 17%. В цілому на реалізацію програм із захисту навколишнього середовища КНР за п'ять років витратить близько 3 трлн. юаней (457 млрд. дол.) [2].

3. Від самостійної інновації до розвиваючої індустрії стратегічного характеру. Для стимулювання розвитку інновацій держава планує знизити податки, а також наростити вкладення в дослідження і розробки – до кінця п'ятирічки частка витрат на науку повинна становити 2,2% ВВП замість нинішніх 1,5%. Втім, до світового лідера – США – Китаю поки далеко. У минулому році в США на дослідження було витрачено 395 млрд. дол., а в КНР – лише 141 млрд. дол.. Чи не головною сферою досліджень, в яку буде інвестувати китайська держава, стане "зелена" енергетика [2].

4. Від урбанізації країни до урбанізації сільських робітників. Замість стимулювання експорту Пекін буде більше орієнтуватися на зростання внутрішнього споживання. За словами Вень Цзябао, до кінця п'ятирічки частка урбанізації зросте на 4% і складе 51,5%, в місті буде створено 45 млн. додаткових робочих місць. Для стимулювання споживання в бідних сільських регіонах держава підвищить базову ставку податку на доходи фізичних осіб. Якщо раніше податком обкладалися доходи понад 2 тис. юаней на місяць (близько 300 дол.), то тепер верхня межа підвищиться до 2,5-3 тис. юаней

(близько 380-460 дол.) залежно від регіону. Також влада має намір розгорнути програму "Доступне житло", побудувавши близько 10 млн. нових будинків для сімей з достатком нижче середнього [2].

5. Від єдиного розвитку міст і сіл до міжрегіонального координаційного розвитку. Продовжиться програма з освоєння внутрішніх провінцій КНР. В останні роки витрати в приморських провінціях Китаю (насамперед зарплати) ростуть, так що багато виробників товарів легкої промисловості починають переносити заводи в країни Південно-Східної Азії. Проте Пекін пропонує іноземним інвесторам переводити виробництво не за кордон, а в китайську глибинку, де зарплати як і раніше низькі. Крім того, Пекін пропонує податкові пільги. Багато компаній вже користуються цією програмою.

6. Від зовнішнього на внутрішній попит. Розширення внутрішнього споживчого попиту стає стратегічним акцентом і основним курсом розвитку під час "12-ї п'ятирічки". З 2005 р. саме внутрішній попит починає роль головного чинника в підтримці високих темпів економічного зростання Китаю. Китай певною мірою залишається світовою фабрикою, однак в останні роки він перетворюється в «чорну діру» платоспроможного попиту, тобто міняється глобальна роль Китаю. У найближчі 10-20 років саме внутрішній попит буде забезпечувати високі темпи зростання країни. Він заснований, по-перше, на зростаючому середньому класі Китаю (приблизно 200-250 мільйонів чоловік), і, по-друге, на урбанізуючому селянстві (поки що більше половини населення живе на селі, і щорічно кілька десятків мільйонів перебираються в місто) [5].

Таким чином, Китай вступає у вирішальний період, коли і визначиться подальша тенденція його розвитку. Він вже дійшов до того періоду, коли не може розвивати економіку за рахунок масового залучення робочої сили. Починаючи з 2014-2015 рр. частка економічно активного населення почне неухильно знижуватися, збільшиться кількість пенсіонерів. Це результат багаторічної політики "одна сім'я – одна дитина". Тому Китаю необхідно переходити від екстенсивних форм розвитку виробництва до інтенсивних. Якщо Китай в найближчі 5-10 років (з 2011 по 2020 р.) зможе зробити такий перехід у виробництві, значить, він залишиться лідером.

Список використаних джерел:

1. Indicators [Електронний ресурс] / The World bank. — Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator>
2. Габуев А. Пятилетка качества жизни. Китай наметил программу превращения в сверхдержаву [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.centrasia.ru/news2.php?st=1300165080>
3. Коваль О. 12-та п'ятирічка КНР (2011-2015 рр.): плани, завдання, проблеми, перспективи [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.sinologist.com.ua/ukr/conf/2010/Коваль.pdf>
4. Юймин Л. Во время "12-й пятилетки" социально-экономическое развитие Китая выявит шесть новых изменений [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2010-10/24/content_21187390.htm
5. Михеев В. Современная экономическая и политическая ситуация в Китае [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://gpf-europe.ru/upload/iblock/8a8/5.pdf>

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ КИТАЙ - АСЕАН

Із 1 січня 2010 року була офіційно створена зона вільної торгівлі Китай – АСЕАН. Будучи найбільшою за чисельністю населення - близько 1,9 млрд. людей і третьою за економічною потужністю після Євросоюзу і Північноамериканської зони вільної торгівлі, вона однозначно продовжуватиме відігравати значну роль як у Сх. Азії, так і за її межами.

Китай розпочав діалог із Асоціацією країн Південно-Східної Азії, яка об'єднує 10 держав, у 1991 році. Після цього двосторонні стосунки, особливо торгівельно-економічні, стали швидко розвиватися. Якщо 1991 року обсяг торгівлі між Китаєм і АСЕАН складав всього 6,3 млрд. доларів США, то вже 1995 року він досяг 18,44 млрд. доларів.

У 1996 році Китай став країною-партнером АСЕАН з всестороннього діалогу, обсяг двосторонньої торгівлі перевищив 20 млрд. доларів, інформує агентство Сінхуа. У грудні 1997 року керівники Китаю і АСЕАН закріпили стосунки добросусідства, взаємодовіри і партнерства, спрямовані в ХХІ ст. У листопаді 2002 року Китай і АСЕАН підписали Рамкову угоду про економічне співробітництво, визначили загальну мету двосторонньої співпраці, норми дій і сфери співпраці, офіційно почавши процес будівництва зони вільної торгівлі Китай – АСЕАН [2].

Переговори про створення ЗВТ для товарів між КНР та АСЕАН були завершені у листопаді 2004 р., а у 2007 р. сторони поставили підпис під документом про створення ЗВТ для послуг.

У липні 2005 року офіційно розпочався процес всестороннього скорочення мита в зоні вільної торгівлі Китай - АСЕАН. Двостороння торгівельна співпраця вступила в новий етап всестороннього і поглибленого розвитку. 2005 року обсяг двосторонньої торгівлі склав 130,37 млрд. доларів, 2008 року обсяг двосторонньої торгівлі досяг 231,12 млрд. доларів [3].

Які ж перспективи очікуються з відкриттям зони вільної торгівлі Китай – АСЕАН?

По-перше, зі зниженням торгівельних бар'єрів, зростуть обсяги внутрішньо-регіональної торгівлі, яка виступає потужним чинником інтеграційних тенденцій в регіоні. Протягом 1995- 2009 рр. спостерігалось зростання з 20 млрд. дол. до 223 млрд. дол. (тобто більше, ніж у 10 разів) між АСЕАН і КНР, а також з 164 до 481 млрд. дол. - між країнами АСЕАН. Але хоча торгівля між Китаєм і АСЕАН протягом 2001 – 2008 рр. зростала на 30 % щороку, вони не були головними торгівельними партнерами. До 2010 р. Китай займав третю позицію у списку головних торговельних партнерів АСЕАН, а АСЕАН – відповідно четверту після ЄС, Японії та США. Частково це пояснюється недорозвиненістю споживчих ринків у сполученні з тим, що

країни-члени АСЕАН і Китай залишаються конкурентами у експорті до розвинених країн, як от ЄС та США. Більшою мірою конкурентні, ніж взаємодоповнювальні, структури експорту КНР і АСЕАН, за винятком КНР і Сінгапуру, перешкоджають значному зростанню торгівлі [3]. Однак зі створенням ЗВТ у 2010 р. на тлі відновлення світової економіки від фінансової кризи Китаю вдалося здобути пальму першості у торгівлі з країнами-сусідами: 11,3% торгівлі АСЕАН за минулий рік склав Китай. За перше півріччя 2011 р. поліпшити своє значення у торгівлі з Піднебесною вдалось і АСЕАН: угруповання піднялось на позицію вище і стало третім торговельним партнером КНР [1].

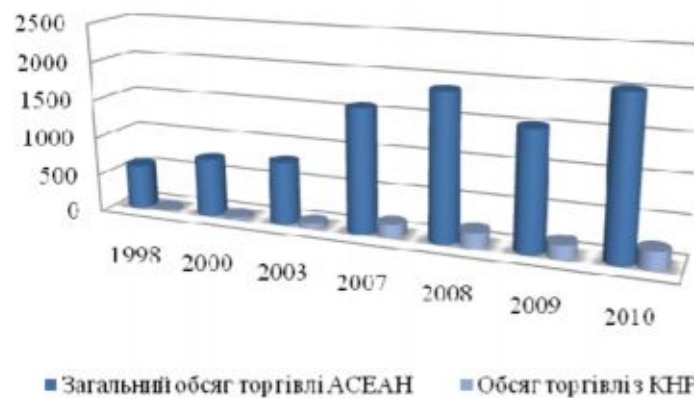


Рис.1. Динаміка торгівлі КНР – АСЕАН

Джерело: ASEAN Community in Figures 2010, ASEAN Statistics Leaflet: Selected Key Indicators 2011

Окрім того, експортно-орієнтовані країни АСЕАН можуть зіштовхнутись з проблемою переорієнтації торгівлі та її структурним коригуванням. Значний конкурентний тиск на них очікуватиметься зі сторони дешевих китайських товарів, особливо електроніки, взуття, одягу та текстильних виробів. Для таких членів АСЕАН як В'єтнам, Камбоджа, Лаос і М'янма, що встановлять режим найбільшого сприяння у 2015 р., буде важко здійснюватись процедура зниження митних тарифів.

Стосовно товарної структури торгівлі, то надалі зростатиме частка машинного обладнання і електроніки, хоча ще у середині 90-х рр. Індонезія, Малайзія, Філіппіни і Таїланд в основному постачали до КНР сировину.

Рамки співпраці у технологічній сфері визначатимуться розміром економік країн-учасниць та їх видатками на НДДКР, що, за винятком Сінгапуру, становлять менше 0,5% ВВП цих країн.

По-друге, зростатимуть двосторонні інвестиційні потоки, хоча за минулі роки вони становили незначну частку у загальному притоку ПІІ сторін ЗВТ. Напр., за 2002 – 2008 рр. ПІІ АСЕАН до Китаю зросли з 3,3 до 5,5 млн. дол., становлячи лише 6% загальних інвестицій до КНР. Частка інвестицій у зворотньому напрямку була ще меншою – всього 2,6% інвестицій із КНР (4,9 млрд. дол.) [3].

Загалом, інвестиції в середину ЗВТ КНР – АСЕАН зростатимуть. Як засвідчують статистичні дані, з початком переговорів про створення зони

вільної торгівлі 2001 р., загальні ПІ до АСЕАН зросли удвічі – з 20 млрд. дол. до 40 млрд. у 2005 р. та до 70 млрд. у 2007 р.

Ще одним позитивним аспектом є покращення інфраструктури і транспортної мережі, що є вигідним, в першу чергу, для новіших країн-членів АСЕАН. Поліпшення внутрішньо-регіональних і економічних зв'язків сприятиме інтенсифікації транскордонної регіональної мережі виробництва у Азії, так як традиційною є значна частка внутрішньогалузевої торгівлі.

Для країн АСЕАН КНР стає важливим туристичним об'єктом. За 2008 р. більше, ніж 4,98 млн. людей із країн АСЕАН відвідали Китай, прийнявши до себе близько 4,47 млн. китайців. Тож після вступу у дію ЗВТ очікується, що сторони підпишуть угоду про необмежену конкуренцію у сфері авіації.

Таким чином, новостворена економічна зона є важливим фактором міжнародної економіки і торгівлі. Причому саме Китай, Сінгапур та деякі інші країни регіону в умовах світової фінансово-економічної кризи продемонстрували високі темпи економічного зростання, особливо промислового експорту і росту своїх капіталовкладень за кордоном. ЗВТ надасть свіжих сил всім країнам регіону, економіки яких постраждали від скорочення експорту на ринки США і Європи. Найбільшу вигоду, звичайно ж, відіграватиме Китай, який, вже маючи серйозний вплив у регіоні, буде відігравати ключову роль, розширюючи свою економічну експансію на південь, що сприятиме підтримці конкурентоспроможності виробників і зростанню добробуту в регіоні в цілому.

Список використаних джерел:

1. ASEAN-China Dialogue Relations - Режим доступу: <http://www.aseansec.org/5874.htm>
2. China-ASEAN Free Trade Area: Origins, Developments and Strategic Motivations [Електронний ресурс] / Sheng Lijun // ISEAS Working Paper: International Politics & Security Issues Series No. 1(2003) - Режим доступу: <http://ridwansyahusufachmad.files.wordpress.com/2010/01/china-asean-free-trade-area-origins-development-and-strategic-motivations.pdf>
3. China-ASEAN Free Trade Area in 2010: A Regional Perspective [Електронний ресурс] / Sarah Y. Tong, Catherine Chong Siew Keng // EAI Background Brief No. 519 - Режим доступу: <http://www.eai.nus.edu.sg/BB519.pdf>
4. Фактор суперництва в інтеграційних процесах Азії [Електронний ресурс] / Курнишова Ю. В. // Стратегічні пріоритети. – 2007. - №1(2). – с. 181-186. - Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/book/StrPryor/2/5-3-Kurnyshova.pdf>
5. SINO-ASEAN ECONOMIC INTEGRATION AND ITS IMPACT ON INTRA-ASEAN TRADE [Електронний ресурс] / Sarah Y. Tong, Lim Tin Seng // EAI Working Paper No. 144 - Режим доступу: <http://www.eai.nus.edu.sg/EWP144.pdf>
6. Перспективи пост-кризового економічного відновлення [Електронний ресурс] / В. Юрчишин. – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/upload/Yurchyshyn_post-crisis_I-2011.pdf

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ВИРІШЕННІ ГЛОБАЛЬНИХ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Світоглядні, економічні, екологічні, демографічні та інші виклики, з якими зіткнулося світове співтовариство, перетворилися на глобальні загрози. Домінуючими стали ті з них, які зумовлюються вадами господарювання, нездатністю забезпечити мінімальний рівень якості життя для кожного третього жителя планети, нищівним руйнуванням навколишнього природного середовища. Світова цивілізація перебуває у стані глибокої системної кризи, і саме її екологічні аспекти дослідники називають найбільш загрозливими [5]. Більше того, вони зазначають, що вирішення екологічних проблем чи запобігання їм так само важливо, як підтримання миру у світі, а зволікання в цьому – це закладання міни уповільненої дії для прийдешніх поколінь [8].

Сьогодні будівництво електростанції, що працює на вугіллі, або вирубка лісу, навіть якщо це відбувається на іншому кінці світу, є руйнівним ударом по нашій нації, актом агресії, таким же, як посилення військових кораблів для обстрілу Нового Орлеану, Маямі або Харвічу [4, 61].

Через завдання нищівної шкоди природі під питанням опинилося існування самого людства. До основних екологічних проблем найчастіше відносять наступні: руйнування озонового шару, глобальне потепління, забруднення атмосфери, парниковий ефект, забруднення Світового океану, скорочення біорізноманіття. Всі ці проблеми пов'язані між собою і несуть загрозу глобальній безпеці. Вирішити їх на рівні окремих країн в принципі неможливо, адже природний комплекс кожної країни нерозривно пов'язаний з природними комплексами сусідніх країн. Для прикладу, "повітря в Нідерландах залежить від німецького Рурського басейну, а вода в Рейні для країн, що розміщені нижче за течією, залежить від поведінки країн, розміщених вище. Ні одна країна не може прийняти закони для захисту озонового шару і встановити рівень моря біля своїх берегів" [4, 72–73].

Саме тому світове співтовариство здійснює спроби щодо об'єднання зусиль задля вирішення глобальних екологічних проблем. Міжнародний аспект проблеми екологічної безпеки пов'язаний з двостороннім або багатостороннім співробітництвом і часто орієнтується на розв'язанні регіональних екологічних проблем як на урядовому так і на неурядовому рівні.

Система міжнародного співробітництва, яка склалася в екологічній сфері, є достатньо складною за структурою, функціями та внутрішніми процесами. Її можна кваліфікувати як сукупність національних, регіональних і міжнародних суб'єктів, які перебувають у процесі взаємодії і пом'якшують екологічну кризу, забезпечують стабільний економічний розвиток в умовах глобальної взаємозалежності світу. Механізм міжнародного співробітництва в природоохоронній діяльності виступає синтезом теоретичних розробок, ідей і концепцій, запропонованих світовою економічною наукою [3].

Однак, вважається, що саме міжнародні організації, як постійно діючі структури, які мають власні інтелектуальні, технічні та фінансові ресурси і володіють певною політичною незалежністю щодо держав-учасниць, становлять інструмент, найкращим чином пристосований для вирішення тих завдань, які виникають під час здійснення міжнародного природоохоронного співробітництва [9]. При чому в глобальному масштабі важливу координаційну роль в даному випадку відіграє Організація Об'єднаних Націй (ООН) [2, 32].

Аналіз діяльності ООН показує, що вже перші її кроки були спрямовані на забезпечення стабільності функціонування людської спільноти [1].

ООН постійно проводить конференції з навколишнього середовища, на яких розробляються та приймаються важливі документи в даній сфері (Порядок денний на ХХІ ст., Рамкова конвенція про зміну клімату, Кіотський протокол та ін.). Для координації зусиль міжнародного співтовариства в структурі ООН створено спеціалізовані екологічні організації: Програма ООН з навколишнього середовища – ЮНЕП (United Nations Environment Programme – UNEP), ВМО (World Meteorological Organization – WMO) і ін. [4, 72–73].

Однак варто відмітити, що в умовах глобального конфлікту між економічною діяльністю людини та довкіллям, дана організація приділяє неабияку увагу концепції сталого розвитку, що передбачає розвиток соціальної і економічної сфери, а також сфери навколишнього середовища, який забезпечує високу якість життя людей, безпечне і чисте навколишнє середовище сьогодні та в майбутньому [6].

Основна ідея сталого розвитку, яка заключається в тому, що економічне зростання та підвищення добробуту населення не повинне здійснюватися за рахунок майбутніх поколінь та суспільства, була вперше сформульована в 1987 р. в доповіді “Наше спільне майбутнє” міжнародної комісії ООН під керівництвом Гру Харлема Брунтлана. Всесвітні цілі сталого розвитку були схвалені в 1992 р. у Ріо-де-Жанейро на всесвітній конференції ООН щодо проблем навколишнього середовища та розвитку (United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), Rio de Janeiro, 3-14 June 1992), де також була затверджена всесвітня програма дій на ХХІ століття стосовно сталого розвитку до 2030 року під назвою “Agenda 21” (Агенда 21) [7].

З 1992 року всесвітньою діяльністю у сфері сталого розвитку керує комісія Організації Об'єднаних Націй зі сталого розвитку. Комісія розглядає різноманітні теми в рамках двохрічних циклів діяльності, а на засіданні, що відбувається раз у рік аналізується стан реалізації цілей, поставлених в “Агенда 21” (“Повістка дня на ХХІ століття”) і Йоганнезбурзькому плані (2002), а також визначаються нові політичні напрями на всесвітньому та регіональному рівнях.

В 2012 році відбудеться всесвітній самміт ООН щодо сталого розвитку, ціллю якого являється підтвердження політичної волі країн у сфері реалізації сталого розвитку, оцінка виконання цілей “Агенда 21” і Йоганнезбурзького плану, а також обговорення нових викликів. Темі самміту: “Зелена” економіка в контексті сталого розвитку і скорочення бідності (Green Economy in the context of Sustainable Development and Poverty Eradication); Інституційна схема сталого розвитку (Institutional Framework for Sustainable Development) [6]. З

ціллю підготовки самміту в 2010 році була створена всесвітня консультативна рада зі сталого розвитку на найвищому рівні (UN Secretary-General's High-level Panel on Global Sustainability) [7].

Вищевикладений матеріал дає підстави вважати, що глобальні екологічні проблеми такі є найбільш загрозливими для світової цивілізації, та вимагають поєднання зусиль усіх країн задля їх вирішення. Однак, ефективне міжнародне співробітництво в галузі охорони навколишнього середовища неможливе без активної участі міжнародних організацій. У цьому контексті особливо слід виділити ООН, діяльність якої, в умовах глобального конфлікту між економічною діяльністю людини та довкіллям, головним чином зосереджена на забезпеченні стійкого розвитку світової спільноти, про що свідчать прийняті в рамках ООН наукові розробки та практичні дії. Проте, глобальний характер завдань переходу до моделі стійкого розвитку потребує подальшого посилення ролі ООН у вирішенні проблеми переходу світової цивілізації до зазначеної моделі розвитку.

Список використаних джерел:

1. Борщук Є. М. Роль ООН у формуванні концепції стійкого розвитку [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/16_5/178_Borszczuk_16_5.pdf
2. Веклич О. Удосконалення економічних інструментів екологічного управління // Економіка України. – 2005 – № 9. – С. 32–48.
3. Вознюк Є. Міжнародні економічні аспекти вирішення глобальних екологічних проблем світового господарства // Матеріали Міжнародної інтернет-конференції “Формування та розвиток економіки в сучасних умовах господарювання [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://viem.edu.ua/konf2/art.php?id=1002>
4. Доброт Г. А. Экологические проблемы как глобальная угроза безопасности / Г. А. Доброт, Е. В. Кочеткова // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. – 2009. – № 3. – С. 61–73.
5. Корнійчук Л. Сталий розвиток і глобальна місія України / Л. Корнійчук, В. Шевчук // Економіка України. – 2009. – № 4. – С. 4–13. ; № 5. – С. 4–14.
6. Матеріали офіційного сайту Міністерства охорони навколишнього середовища Естонії [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.envir.ee>
7. Матеріали офіційного сайту Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.un.org>
8. Національна екологічна політика України: оцінка і стратегія розвитку, Київ 2007 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/national_ecology.pdf
9. Оліференко О. “Міжнародні аспекти формування природоохоронної політики” [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlts/20_2/68_Oliferenko_20_2.pdf

*Костюк О.М., д.е.н., проф.,
Українська академія банківської справи Національного банку України
Говорун Д.А., аспірант,
Українська академія банківської справи Національного банку України*

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В БАНКАХ УКРАЇНИ

Говорячи про особливості мотиваційного механізму корпоративного управління в банках України, варто визначити концепцію корпоративного управління, основних учасників тощо. Особливого значення у висвітленні досліджуваної тематики набуває роль законодавства, котре містить у собі відображення стану корпоративного управління. Саме концепція корпоративного управління в українських банках фактично отримала відображення у ньому. Основними нормативними актами, що формують уявлення про концепцію корпоративного управління в банках та містять інформацію щодо процедури формування органів управління банком є: Цивільний кодекс України, Закон «Про банки і банківську діяльність», Закон «Про акціонерні товариства» [2,3,4].

Усі наведені вище законодавчі акти не суперечать один одному у питанні учасників процедури формування органів управління. Такими учасниками визначено акціонерів. Попри часті зміни до визначених нормативних актів, значних змін у формуванні концепції корпоративного управління зроблено не було. При цьому, як бачимо, трудовий колектив не має права участі у корпоративному управлінні (як це можна спостерігати в рамках плюралістичної концепції). Очевидно, що українським банкам притаманна моністична концепція корпоративного управління. Відповідно до цього, домінуючого положення набувають мотиви участі саме акціонерів банку. До того ж, дослідники корпоративного управління схильні вважати, що структура органів корпоративного управління в рамках такої концепції може бути представлена унітарною радою директорів. Українські банки згідно законодавчих вимог мають використовувати модель подвійних рад для реалізації мотивів власних акціонерів. Власне, це й буде представляти одну з особливостей мотиваційного механізму корпоративного управління в українських банках. Менеджмент банку, як суб'єкт корпоративного управління також має власні мотиви, головним з яких є винагорода за надані управлінські послуги. Український менеджмент має дещо простішу структуру матеріальної винагороди праці, аніж зарубіжні колеги. Такі особливості українського мотиваційного механізму у значній мірі зумовлені відсутністю цінних паперів у складі винагороди. Хоча, фахівці корпоративного управління схильні вважати присутність такого елемента обов'язковим для ефективного функціонування мотиваційного механізму.

Суттєвого значення для визначення особливостей мотиваційного механізму мають принципи корпоративного управління, що, зазвичай визначені у кодексах корпоративного управління країни. В той час як більшість країн

мають власні кодекси корпоративного управління та поступово вносять до них зміни відповідно до ситуації, Україна не має власного.[1] Намагання зрушення в корпоративному управлінні банківської системи України прослідковуються ще у 2007 році з випуском «Методичних рекомендацій щодо вдосконалення корпоративного управління в банках» затверджених постановою НБУ №98 від 28.03.2007. Проте, норми даного документу носили лише рекомендаційний характер.

Намаганням врегулювати ситуацію на українському банківському ринку, спричинену світовою нестабільністю стали певні положення постанови №421 від 22.07.2009 року. Постанова визначала, що банки, які отримали збитки не мають виплачувати дивіденди акціонерам чи розподіляти капітал у будь-якій іншій формі; також зупинити виплати бонусів, премій та інших додаткових матеріальних винагород працівникам банків (такий крок можна сприйняти як намагання БНУ наслідувати світову практику зменшення виплат бонусів керівництву, проте прямо у даній постанові мова про таке не йде); не можуть здійснювати витрати на консультаційні послуги фінансового характеру; не можуть відкривати нові філії та відділення, тобто в цілому мають оптимізувати витратну частину банку. Такі жорсткі міри протрималися до 06.07.2010 року, коли постановою №315 було визнано позитивні тенденції розвитку банківської системи та скасовано постанову №421 від 22.07.2009.

Проте, основних проблем корпоративного управління, серед яких і питання комітетів, незалежних директорів та винагороди праці не були належним чином врегульовані на законодавчому рівні. Такі дії вбачаються як свідчення наявності невирішених питань ефективного функціонування мотиваційного механізму корпоративного управління.

Список використаних джерел:

1. Костюк, О. М. Корпоративне управління в банку: монографія / О. М. Костюк. – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 332с. – ISBN 978-966-8958-26-7.
2. Про банки і банківську діяльність [Електронний ресурс] : Закон України // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Про акціонерні товариства [Електронний ресурс] : Закон України // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
4. Цивільний кодекс України [Електронний ресурс] : Закон України // Режим доступу: www.rada.gov.ua.

СЕКЦІЯ 7. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНОЇ НАУКИ ТА ОСВІТИ В УКРАЇНІ

УДК 336

*Тарасенко Ю.В., викладач
Академія ВВ МВС України*

МЕТОДИ ЗДІЙСНЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСВІТИ

Питанню фінансового забезпечення різних галузей наразі приділяється багато уваги, але воно досі залишається відкритим для вивчення та пошуків ефективних та достатніх джерел. Фінансове забезпечення є досить актуальним питанням як для науки, так і для економіки країни. Не виключенням є й освіта, де науковцями приділяється багато уваги до пошуків, аналізу нових та існуючих джерел фінансування, бо обмеженість бюджетних ресурсів вимагає пошуку шляхів вирішення цієї проблеми, яка обмежує розвиток сфери освіти. Джерела, з яких здійснюється фінансування освіти можна розділити на 2 види: бюджетне та не бюджетне фінансування.

Для України визначення механізму фінансового забезпечення освіти на основі існуючих методів фінансового забезпечення освіти є важливим питанням. Розвиток науки та освіти визначає місце держави у світовому просторі, а нерозвиненість даної галузі гальмується насамперед недофінансуванням, що і спричиняє відсталість розвитку промисловості та НТП в нашій країні. Аналіз методів фінансового забезпечення дає змогу визначити ті шляхи, які є можливими для використання, а далі вже на їх основі треба будувати модель їх ефективного поєднання, що дасть змогу за допомогою існуючих джерел підтримувати та розвивати достатній рівень освіти.

При розгляді методів фінансового забезпечення слід зауважити, що важливим моментом є визначення поняття методів та їх різниця від форм. Це питання вивчається вже досить багато часу, але в економічній науці ще досі зустрічається заміна понять, що може спричинити формування невідних висновків. Методи фінансування можна визначити як способи економічної діяльності, які дозволяють здійснити процес фінансування з метою досягнення поставленої мети. А форми фінансування – це організована система фінансування, яка об'єднує різноманітні методи та засоби і спрямована на покращення рівня фінансування. Тобто методи показують як фінансувати, а форми – куди здійснювати фінансування. Виходячи з цього, ми вважаємо, що самофінансування, кредитування, бюджетне фінансування треба відносити до методів фінансового забезпечення.

Метод науки – це система регульованих принципів, відповідно з якими будується пізнавальна теоретична діяльність людини, самі знання, їх реконструкція та перетворення[1].

До методів фінансового забезпечення економісти, наприклад Юрій С.І., Москаль О.І., Радіонова В.М., відносять в основному: самофінансування, бюджетне фінансування, кредитування[2,3,4].

Розглянувши визначені методи фінансування для підприємств та проаналізувавши джерела фінансування освіти, до методів фінансового забезпечення освіти можна віднести:

1. Бюджетне: програмно-цільове, залишкове, непряме, пряме (договірне фінансування, фінансування «по видатках», фінансування «за результатами»).

2. Позабюджетне: кредитування, самофінансування, освітній франчайзинг, фандрайзінг.

Зазначені методи поєднують в собі ті що використовуються і ті що потребують ще розвитку в нашій країні. В Україні бюджетне фінансування застосовуються за такими методами як залишковий та програмно-цільовий, але також треба відзначити, що такий метод як договірне фінансування, не застосовуються в Україні, але є цікавими для покращення механізму фінансування. «Договірне фінансування» – це договір між державою та навчальними закладами, про виділення певної суми на їх фінансування. Це сприяє високому ступеню контролю за системою вищої освіти та обмеженості автономії вищих закладів для контролю за прийомом, для внутрішнього розподілу фондів або для пошуку додаткових коштів фінансування із приватних джерел[5].

Більш привабливими для розгляду є позабюджетні кошти, які й складають основу фінансового забезпечення освіти і потребують глибинного аналізу та вдосконалення. Наприклад, в Україні існує метод кредитування освіти, але він практично не використовується, тому що умови кредитування, запропоновані комерційними банками, та економічний стан держави не дають можливість зробити цей метод фінансування придатним для широкого застосування: кредитні ресурси є досить дорогими та у позичальника немає впевненості у своїх майбутніх заробітках, що виплатити цю позику. Цей метод потребує детального розгляду та розробки особливих умов для кредитування, що дало б змогу застосовувати його, як альтернативу самофінансуванню.

Метод самофінансування – це одне з найперспективніших та найбільших джерел для фінансування освіти. На долю самофінансування зараз випадає найбільш питома вага серед інших методів.

Фандрайзінг – це досить новий метод пошуку нових джерел фінансування, основним методом залучення коштів є благодійництво. Фандрайзінг (від англ. Fundraising) - залученням грошових коштів інших організацій та окремих осіб для підтримки своєї діяльності[6]. Цей метод має всі перспективи для розвитку в нашій країні та не повинен залишатись без уваги науковців та держави.

Освітній франчайзинг – це цікавий метод по залученню коштів, хоча його частка не досить велика, але не можна упускати навіть невелику можливість залучити додаткові кошти. Одним із проявів освітнього франчайзингу є дистанційна освіта, яка зараз набуває поширення в нашій країні.

Фінансування освіти знаходиться на стадії, коли потрібно щось вирішувати для подальшого розвитку, тому що регрес досягнутого розвитку неминучий при обмежені фінансування. Нашій державі необхідна модель, яка поєднає існуючі методи та налаштує їх до умов нашої країни, що дасть змогу

отримати освіти всім бажаючим та підвищить якість освіти, що також є необхідною складовою для подальшого розвитку освіти.

Визначивши основні методи фінансового забезпечення освіти можна зробити висновок, що автором було розглянуто та проаналізовано фінансове забезпечення, методи його здійснення та зроблені висновки по цьому напрямку для освіти. Також автором проаналізовані методи та форми фінансового забезпечення і виділена їхня різниця. Але це питання все ж таки залишається відкритим для подальшого вивчення, що й буде мати реалізацію в подальших дослідженнях автора. Фінансування освіти знаходиться на стадії, коли потрібно щось вирішувати для подальшого розвитку, тому що регрес досягнутого розвитку неминучий при обмежені фінансування. Нашій державі необхідна модель, яка поєднає існуючі методи та налаштує їх до умов нашої країни, що дасть змогу отримати освіти всім бажаючим та підвищить якість освіти, що також є необхідною складовою для подальшого розвитку освіти.

Список використаних джерел:

1. Логические методы и формы научного познания. -Киев. «Вища школа», -1984.
2. Фінанси : підручник : / Коллект. автор, Юрій С. І., Федосов В. М., Алексеєнко Л. М., Зятковський І. В. . - К. : Знання, 2008 . - 611 с.
3. Москаль О.І. Фінансове забезпечення розвитку агропромислового виробництва регіону (на матеріалах Чернівецької області): Автореф. дис. канд. екон. наук. – К., 2001. – 16 с.
4. Финансы / под ред. В.М. Родионовой. – М. : Изд-во "Финансы и статистика". –1995. – 430с.
5. Боголіб Т.М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період: монографія/ Боголіб Т.М. – К.: Міленіум, 2006. – 506 с.
6. Руководство по ведению финансов. Разработано Европейским офисом ВАГГГС. – 2003.- [Електронний ресурс] — Режим доступу : http://www.girlguiding.org.ua/DyWP/bindata/i1447/WAGGGS_Fin_Management_RUS.pdf

УДК 316

*Трибель Є.А., студентка групи 6 ЕТ,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Кукурудза І.І., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економічної теорії та міжнародної економіки,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНА ГАЛУЗЬ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Функціональне призначення соціальної сфери полягає в наданні послуг соціального характеру, що, з одного боку, забезпечує зайнятість населення, зростання ВВП та наповнення бюджету, з іншого, - визначає освітній та культурний рівень, стан здоров'я особи, формує людський капітал держави. Значний внесок в дослідження проблем соціальної сфери в умовах ринкової трансформації зробили такі вчені, як: Б.Данилишин, В.Дорошенко, І.Дудник, С.Важенин, С.Ковальов, В.Козак, О.Кочерга, В.Куценко, С.Лавров, О.Любіцева, А.Мазаракі та інші. Проте на сьогодні мало дослідженими залишаються стан та проблеми розвитку соціально-культурної галузі Черкаської області. З огляду на

це, метою нашого дослідження є з'ясувати стан і можливі напрями розвитку соціально-культурної галузі Черкаської області.

Соціально-культурна галузь включає: освіту, охорону здоров'я, культуру та рекреацію. Освіта є головною складовою формування людського капіталу – як сукупності надбаних особою знань, навичок, які використовуються в діяльності та повсякденному житті, а також інтелектуального та духовно-морального потенціалу нації. В Черкаській області галузь освіти представлена дошкільними, загальноосвітніми, професійно-технічними та вищими навчальними закладами, а також позашкільними навчальними закладами.

Дошкільних навчальних закладів нараховується 684, у тому числі 191 навчально-виховний комплекс “дошкільний навчальний заклад – загальноосвітній навчальний заклад”, 7 спеціальних дошкільних закладів, 2 санаторні дошкільні заклади. На жаль, на території Черкащини є ряд сіл, які не мають дошкільних навчальних закладів, хоча там проживають діти до 6 років. Провівши групування районів за показником відсотка сільських населених пунктів, які не мають дитячих садочків до загальної кількості сіл в районі ми отримали групи, в яких частка сіл, що не мають закладів дошкільної освіти є досить помітною (табл. 1.):

Таблиця 1.

Групи районів за показником частки сіл, що не мають закладів дошкільної освіти

більше 60%	50-60%	40-50%	30-40%	Менше 30%
Канівський Чигиринський	К.-Шевченківський Кам'янський	Звенигородський Золотоніський Черкаський Городищенський	Лисянський Чорнобаївський Христинівський Шполянський Маньківський Тальнівський	Смілянський Катеринопільський Драбівський Монастирищенський Жашківський Уманський

Таким чином, ми бачимо, що найбільшу кількість дошкільних навчальних закладів мають Канівський та Чигиринський райони (більше 60 %), менше ж 30 % дошкільних навчальних закладів мають Смілянський, Катеринопільський, Драбівський, Монастирищенський, Жашківський та Уманський райони.

В 2010 році в області працювало 687 загальноосвітніх навчальних закладів, а саме: 684 шкіл денної форми та 3 школи вечірньої (заочної) форми навчання Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України. Відтворенню інтелектуального потенціалу в області на рівні середньої освіти сприяє наявність 10 гімназій, 11 ліцеїв, 1 колегіуму і 28 спеціалізованих шкіл.

Підготовку кваліфікованих робітників в області здійснюють 27 державних професійно-технічних навчальних закладів (ПТНЗ), 14 міжшкільних навчально-виробничих комбінатів, 4 галузеві навчально-курсіві комбінати та 80 інших організацій, підприємств різних форм власності та підпорядкування.

На території області здійснюють підготовку спеціалістів 40 вищих навчальних закладів (ВНЗ), з них 18 I-II рівнів акредитації та 12 ВНЗ III-IV рівнів акредитації. Згідно офіційної статистики, найвищий показник розвитку освіти мають Черкаський, Уманський та Смілянський райони, а найнижчий - Чигиринський, К.-Шевченківський, Канівський, Шполянський райони.

Ще однією складовою соціально-культурної галузі є охорона здоров'я людини. За показником суспільного здоров'я Черкаська область серед регіонів України займає 22 місце. Галузь охорони здоров'я області в 2010 році нараховувала 223 лікувально-профілактичних установи всіх типів. В цілому кількість лікарняних закладів з 1995 по 2010 роки зменшилась на 38 установ. Значно погіршилась ситуація з кількістю лікарняних ліжок: порівняно з 1995 роком їх кількість зменшилась на 33%. Поряд з освітою та здоров'ям, невід'ємною складовою потенціалу людини – є культурний рівень особистості. В умовах переходу до ринкових відносин на Черкащині відбулось істотне скорочення мережі закладів культури та мистецтва.

Протягом 1990 – 2010 років зменшилась кількість бібліотек на 22% і на сьогодні становить 766, бібліотечний фонд зменшився на 21%, кількість демонстраторів кіно/відео фільмів – на 75% і на сьогодні їх нараховується 248, відвідування кінотеатрів з 22 млн. осіб зменшилось до 300 тис. осіб в рік, кількість закладів культури клубного типу – на 21% і становить 752 клуби, з них в сільській місцевості 690 закладів. Ці зміни пов'язані зі скороченням бюджетних видатків на культуру і зменшенням платоспроможного попиту населення. Натомість, кількість театрів і концертних організацій в Черкаській області не змінилась: це обласний музично-драматичний театр ім. Т.Г.Шевченка та обласний театр ляльок, а також обласна філармонія.

Найвищий інтегральний показник забезпеченості населення закладами культури мають Черкаський, Лисянський, Маньківський райони; вищий від середнього – Городищенський, Драбівський, Жашківський, Кам'янський Канівський та Чернобаївський райони; середній – Катеринопільський, Тальнівський, Христинівський райони; нижчий за середній – Золотоніський, К.-Шевченківський, Монастирищенський та Чигиринський райони; найнижчий – Звенигородський, Смілянський Шполянський та Уманський райони.

В області нараховується 38 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. Серед них є парки-пам'ятки загальнодержавного значення, а саме: Шевченківський національний заповідник у м. Каневі, Національний дендропарк «Софіївка», «Черкаський зоологічний парк», Тальнівський, Козацький, Корсунь-Шевченківський та парк декабристів у Кам'янці та ін.

Черкаська область має значний культурний потенціал. Але негативні прояви реформування економіки зробили негативний вплив на функціонування всіх ланок сфери культури, ресурсний потенціал яких залежить передусім від бюджетного фінансування. Проаналізувавши загальний рівень розвитку галузей соціально-культурного призначення, використовуючи офіційні статистичні дані щодо стану освіти, охорони здоров'я, культури та рекреації, бачимо, що Черкащина має середній (по Україні) рівень розвитку соціальної сфери.

Для вдосконалення соціально-культурної галузі Черкаської області доцільно вжити певних заходів. В галузі освіти ці заходи мають бути спрямовані на: оптимізацію мережі закладів освіти відповідно до основних потреб населення; створення умов для розвитку творчих здібностей дітей та молоді, всебічного розвитку особистості як найвищої соціальної цінності; забезпечення соціального захисту працівників освіти; залучення роботодавців

до підготовки та працевлаштування фахівців; у сфері вищої освіти повинен бути введений конкурсний порядок розподілу державного замовлення на підготовку спеціалістів і фінансування інвестиційних проектів вузів незалежно від їх організаційно-правової форми.

Пріоритетними напрямками вдосконалення охорони здоров'я в області мають стати: покращення якості медичної допомоги населенню шляхом впровадження новітніх технологій її надання, збалансування та підвищення своєчасності лікувально-діагностичного процесу; вдосконалення медичного та медико-соціального обслуговування вразливих верств населення, задоволення потреб пільгових категорій у медикаментах і виробих медичного призначення; активізація діяльності зі стимулювання здорового способу життя населення.

Основними напрямками вдосконалення галузі культури на Черкащині мають бути: створення належних умов для розвитку та відтворення творчого потенціалу населення; проведення заходів, спрямованих на підтримку розвитку сільської культури; створення умов для залучення до сфери культури та мистецтва ресурсів із недержавного сектору, а також розвиток меценатства й спонсорства.

Список використаних джерел:

1. Наука та інновації [Електронний ресурс] / Головне управління статистики в Черкаській області: офіційний сайт / Режим доступу до тексту: www.sat.cherkassy.ua/
2. Культура [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України : офіційний сайт / Режим доступу до тексту: www.ukrstat.gov.ua/
3. Довідник ВНЗ України: ВНЗ Черкаської області / [Електронний ресурс] / Режим доступу до тексту: [http://www.osvita.org.ua/highedu/?cmd=search&HS\[reg\]=24&HS\[p_i\]=5&HS\[button\]=go](http://www.osvita.org.ua/highedu/?cmd=search&HS[reg]=24&HS[p_i]=5&HS[button]=go)

УДК 658.33

*Вербицька Т.В., студентка групи 5 МО,
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УКРАЇНІ

За умов глобалізації економіки, коли суб'єкти господарювання мусять самостійно й швидко вирішувати проблеми фінансового забезпечення власної інвестиційної та виробничо-господарської діяльності, значно зростає роль фінансового менеджменту. Він є одним з необхідних елементів економічного управління діяльністю підприємства, але як самостійна наука сформувалась відносно недавно.

Розвиток фінансового менеджменту в Україні став можливим лише з часів запровадження ринкових перетворень. Так, на думку Павлової Л.Н. [1, с. 356], концепція фінансового менеджменту базується на відокремленості бюджету держави й бюджетів підприємств, крім того, функціонування фінансового менеджменту можливе лише за умов наявності: підприємницької діяльності; самофінансування; ринкового ціноутворення; ринку праці; ринку капіталу;

повної чіткої регламентації державного регулювання діяльності підприємств, на засадах ринкового законодавства.

За період свого існування фінансовий менеджмент значно розширив коло проблем, які потребують досконалого вивчення, якщо на початку розвитку увага приділялася в основному фінансовим питанням створення нових фірм і компаній, потім - керуванню фінансовими інвестиціями й проблемам банкрутства, то на сучасному етапі він включає практично всі напрямки керування фінансами підприємства.

Визначення мети, протягом досліджуваного періоду розвитку фінансового менеджменту, змінювалось і на сьогоднішній день нараховується три основних підходи:

- класична економічна теорія: головною метою фінансової діяльності підприємства є максимізація прибутку;

- теорія стійкого економічного росту: головною метою фінансової діяльності підприємства є забезпечення фінансової рівноваги у процесі його розвитку;

- сучасна економічна теорія: головною метою фінансової діяльності підприємства є забезпечення максимізації добробуту власника підприємства через максимізацію ринкової вартості підприємства.

Вважаємо, що в сучасних умовах, головною метою фінансового менеджменту на українських підприємствах повинно бути забезпечення максимізації добробуту власників у поточному та перспективному періодах. Ця мета реалізується через максимізацію ринкової вартості підприємства.

На думку Поддєрьогіна А.М. [2, с. 237], зміст фінансового менеджменту полягає в ефективному використанні фінансового механізму - системи управління фінансами, призначеної для організації взаємодії фінансових відносин і грошових фондів із метою оптимізації їхнього впливу на кінцеві результати діяльності підприємства, що забезпечить досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. До головних завдань фінансового менеджменту він відносить:

- виявлення фінансових джерел розвитку виробництва;
- визначення ефективних напрямків інвестування фінансових ресурсів;
- раціоналізацію операцій з цінними паперами;
- налагодження оптимальних стосунків із фінансово-кредитною системою, суб'єктами господарювання.

Значення управління фінансами підприємств полягає в такій організації роботи фінансових служб, яка дає змогу залучати додаткові фінансові ресурси на найвигідніших умовах, інвестувати їх із найбільшим ефектом, здійснювати прибуткові операції на фінансовому ринку.

Крейніна М.Н. [3, с.127] вважає, що мета фінансового менеджменту полягає у створенні таких умов для руху грошових і фінансових потоків, які б забезпечили безперервну та ефективну діяльність підприємства. Саме з цією метою, на її думку, здійснюється керування активами та джерелами фінансування, фінансовими результатами та рівнем ризику, плануванням динаміки активів і пасивів.

Павлова Л.Н. визначає фінансовий менеджмент як форму управління процесами фінансування підприємницької діяльності, як систему, функціонування якої спрямовано на досягнення загальної мети керування підприємством.

В Україні стійко сформувалась і закріпилась на законодавчому рівні думка про те, що головною метою діяльності підприємства є максимізація прибутку: «Підприємництво - це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг із метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством».

Ґрунтуючись на визначенні підприємництва, в українській теорії й практиці сформувалась мета фінансового менеджменту - максимізація прибутку.

Максимізація ринкової вартості підприємства не завжди досягається при максимізації його прибутку. У зв'язку з тим, що отриманий прибуток може бути повністю використаний на поточні потреби, в результаті чого підприємство буде позбавлене джерела формування власних фінансових ресурсів для подальшого розвитку. Така ситуація може призвести до втрати конкурентної позиції на ринку, скорочення потенціалу формування власних фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел і як результат - зниження ринкової вартості підприємства.

Крім того, високий рівень прибутку може бути результатом роботи підприємства в умовах високого рівня фінансового ризику та загрози банкрутства, що також може вплинути на зниження його ринкової вартості.

Отже, можна зробити висновок, що у ринкових умовах максимізація прибутку може виступати як одне з важливих завдань фінансового менеджменту, але не як його головна мета. Крім максимізації прибутку, фінансовий менеджмент повинен забезпечувати формування достатнього обсягу фінансових ресурсів згідно з завданнями розвитку підприємства та найефективніше їх використання, забезпечувати мінімізацію фінансового ризику, зберігаючи передбачений рівень прибутку, оптимізувати грошовий оборот, а також забезпечувати постійну фінансову рівновагу підприємства у процесі його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Павлова Л.Н. Финансы предприятий: учебник для вузов / Л.Н. Павлова М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 639 с.
2. Фінансовий менеджмент: підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. - К.: КНЕУ, 2007. - 536 с.
3. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: учеб. пособие / М.Н. Крейнина. – М.: Дело и Сервис, 1998. – 304 с.
4. Бланк И. А. Управление активами. [Текст]: учебное пособие / И.А.Бланк. – К.: «Ника Центр», 2000. – 720 с.
5. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент [Текст]: учебное пособие / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 271 с.

*Цікало О.Ю., студент групи 3 МО,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Мігус І.П., д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

НЕОБХІДНІСТЬ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ГАЛУЗЕВИХ ПРОФЕСІЙНИХ СТАНДАРТІВ

Необхідність розробки професійних стандартів обумовлена різними причинами. Спільними (зовнішніми по відношенню до конкретної компанії) - такими як недосконалість дісталася в спадок від Радянського Союзу нормативно-правової бази (в першу чергу, системи кваліфікацій і підходів до оплати праці), наростаючий дисбаланс ринку праці та глобалізація бізнесу, збільшує кількість інтеграційних проєктів. А також специфічними для кожного окремого підприємства (внутрішніми): необхідністю перебудовувати системи управління персоналом на основі досягнень кращих компаній, зміною стратегічних цілей, впровадженням сучасних HR-технологій тощо.

Відсутність єдиних сучасних кваліфікаційних вимог до фахівців ускладнює роботу багатьох галузей промисловості. Нормативні документи, що застосовуються на більшості підприємств пострадянського простору, такі як «Єдиний тарифно-кваліфікаційний довідник робіт і професій робітників» (ЕТКД) і «Кваліфікаційний довідник посад керівників, фахівців і службовців» (КД) давно застаріли, не враховують інтереси бізнесу і реалії ринку праці [1]. Між тим професійна підготовка та підвищення кваліфікації працівників повинні проходити відповідно до жорстких технічними вимогами (особливо в нафтогазовій галузі). Об проводити сертифікацію і атестацію персоналу, потрібні нові кваліфікаційні вимоги.

У застарілих нормативах КС і ЕТКС не описано ієрархічний взаємозв'язок між професіями та посадами, що необхідно для розвитку персоналу, планування кар'єрного зростання, підготовки кадрового резерву, забезпечення ефективної ротації персоналу. Ситуацію, що склалася можна кардинально змінити шляхом створення сучасної системи професійних стандартів, які закріплять перелік кваліфікаційних вимог до фахівця. Розробка і впровадження професійних стандартів дозволить вирішити широке коло завдань у галузі управління персоналом на більш якісному рівні.

Крім того, ми бачимо, що на ринку праці наростає дисбаланс між попитом і пропозицією кваліфікованої робочої сили. Серед основних факторів, що дестабілізують ситуацію, можна відзначити наступні:

- навчальні заклади випускають велику кількість фахівців, які не затребувані роботодавцями;
- посилюється демографічна криза, масштаби і наслідки якого ні бізнес, ні держава, за великим рахунком, поки не усвідомили;
- змінюється структура робочої сили: триває відтік кваліфікованих кадрів, замість яких прибувають некваліфіковані мігранти (зокрема, на підприємства нафтогазової галузі приїжджають китайські робітники).

У той же час існуючі підходи до управління персоналом не дозволяють визначити цінність співробітника для компанії. При розробці ефективної стратегії управління персоналом слід виходити із загальної схеми визначення його вартості - комплексної оцінки працівників.

Вважаємо, що розробка і впровадження професійних стандартів допоможе у вирішенні цієї ключової для будь-якого великого підприємства проблеми. Впровадження галузевих професійних стандартів дозволить департаменту управління людськими ресурсами сформулювати всебічні вимоги до співробітників, переглянути ставлення до людей як до стратегічного активу компанії, розробити нові HR-політики [2].

Тепер всі HR-процеси, включаючи оцінку персоналу, можна буде побудувати відповідно до логіки ведення бізнесу:

- визначити, які люди, на яких позиціях нам потрібні;
- оцінити якість наявних фахівців;
- визначити кращих і направити їх на відповідний їх кваліфікації і потенціалу ділянку роботи;
- у разі необхідності - провести додаткове навчання фахівців для підвищення їх кваліфікації.

Реорганізований підхід до навчання та розвитку персоналу - тепер відповідно до вимог професійних стандартів він реалізується на основі модульних освітніх технологій. Основою модульної освіти є модульна навчальна програма, освоєння системи модулів гарантує досягнення дидактичних цілей (які, в свою чергу, встановлені виходячи з вимог професійних стандартів - тобто, практики). Модуль являє собою навчальний пакет, що охоплює одну концептуальну одиницю навчального матеріалу.

Модульне навчання дозволяє ефективно вирішувати такі проблеми професійної освіти і навчання (у тому числі корпоративного), як [3]:

- необхідність постійно оновлювати навчальні програми;
- невідповідність змісту традиційного формального навчання вимогам сучасних технологій і робочих місць;
- низька результативність навчання.

Вважаємо, що реалізація масштабного інноваційного проекту щодо розробки професійних стандартів позитивно відобразиться на підвищенні ефективності діяльності в усіх галузях, а значить - сприятиме зростанню економіки країни в цілому. Впровадження професійних стандартів стимулює і інші новації. Вони допоможуть змінити на краще ситуацію на національному ринку праці:

- розробити Національну систему кваліфікацій (з урахуванням міжнародних вимог);
- більш ефективно регулювати процеси трудової міграції;
- активізувати розвиток інституцій та професійних спільнот, уповноважених проводити сертифікацію;
- поліпшити якість роботи системи освіти (як базового, так і підвищення кваліфікації вже працюючих) за рахунок розробки та впровадження освітніх стандартів і модульних програм.

Для подальшої розробки та впровадження професійних стандартів необхідна консолідація зусиль державних органів, професійних асоціацій і виробничих компаній, а також оновлення нормативно-правової бази та створення Національної системи кваліфікацій.

Список використаних джерел:

1. Національний класифікатор України: Класифікатор професій ДК 003:2010. Станом на 11.04.2011р. - К.: Центр учбової літератури, 2011. – 360 с.
2. Мігус І.П. Перспективи розвитку сучасної економічної освіти в Україні [текст] Фінансове та інституційне забезпечення підприємництва в Україні: Зб. наук. Праць ІХ Всеукраїнської наук.-практ. конф., Київ, 24-25 березня 2005 р. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2005. - С. 213-215
3. Шульга І.П. Необхідність запровадження спеціалізації при підготовці магістрів з фінансів [текст] / Впровадження кредитно-модульної системи та концептуальні можливості її вдосконалення й підвищення якості знань: Зб. Матеріалів міжвузівської конференції, 15 листопада 2007 р.. – Черкаси: СУЕМ, 2007. - С. 53-54

СЕКЦІЯ 8. УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ

УДК 331.108

*Герасименко О.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького*

ДЖЕРЕЛА ЗАГРОЗ КАДРОВІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасна кадрова політика починає охоплювати сфери, що раніше не враховувалися в кадровій роботі. Це сфера трудових конфліктів та взаємовідносин з адміністрацією, з новими громадськими організаціями в процесі вирішення виробничих проблем, роль соціальних програм, що реалізуються організацією в умовах зростаючої конкуренції та ін.

Кадрова безпека є найголовнішим фактором безпеки усіх сфер діяльності господарюючого суб'єкта, нехтування яким може нанести значний збиток, але й зруйнувати його.

По суті кадрова безпека ґрунтується на трьох основних факторах: найм, лояльність, контроль. Під наймом мається на увазі комплекс заходів безпеки при наймі на роботу та прогнозуванні благонадійності. В найм входить розгляд питань безпеки компанії на таких етапах в роботі менеджера по персоналу, як пошук кандидатів, процедури відбору, документальне та юридичне забезпечення приймання на роботу, випробувальний строк та навіть адаптація.

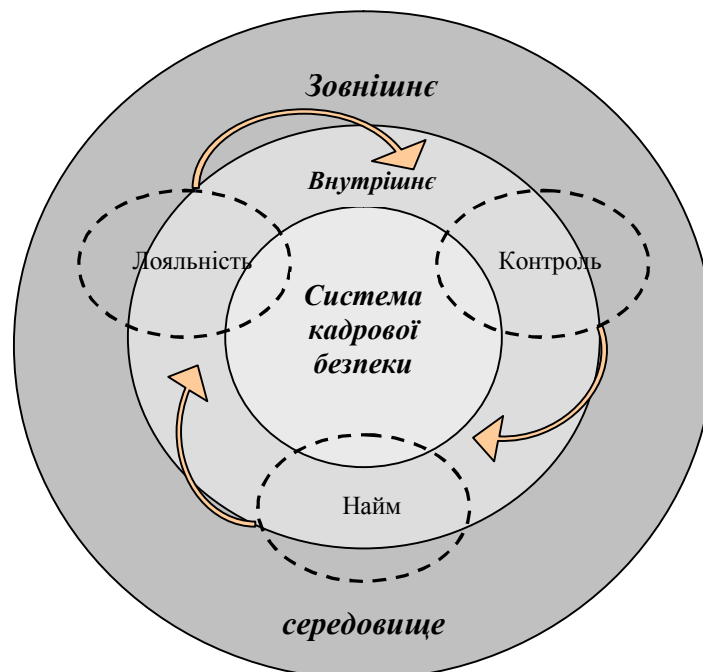


Рис. 1 Джерела загроз кадровій безпеці підприємства

Лояльність передбачає комплекс заходів щодо встановлення позитивного відношення працівників до працедавців. В дану складову роботи, щодо попередження загроз безпеці традиційно вкладається мало коштів. Однак, підприємство заощаджуючи на цьому кошти повинно буде витратити ще більше ресурсів на заходи з контролю.

Контроль являє собою комплекс заходів, що встановлені для персоналу, в тому числі для адміністрації, регламентів, обмежень, режимів, технологічних процесів, оціночних, контрольних та інших операцій, процедур безпеки. Цей комплекс націлений на ліквідацію можливостей спричинення шкоди та відпрацьовується, як правило, службою безпекою або іншими підрозділами, але з меншою мірою службою персоналу.

Таким чином, кадрова безпека, будучи складовою частиною економічної безпеки компанії, націлена на таку роботу з персоналом, на встановлення таких трудових та етичних відносин, які можна визначити як „беззбиткові”. Уся ця діяльність не є окремим напрямком у функціях менеджера по персоналу, а лише органічно входить до нього.

З точки зору безпеки у підході до трудової взаємодії кожен кандидат на вакансію, кожен робітник підприємства повинен щохвилини розглядатися як джерело потенційної загрози.

Список використаних джерел:

1. Томаневич Л.М. Кадрова безпека підприємства як об'єкт теоретичного дослідження / Л.М. Томаневич // Збірник наукових праць Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: Економічні науки. – 2009. - № 1. – С. 1-8.
2. Швець Н. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, або як перемогти зловживання персоналу / Н. Швець // Персонал. – 2006. - № 5.
3. Шульга І.П. Економічна безпека емісійної діяльності акціонерних товариств: монографія / І.П. Шульга – Черкаси: Вид-во ТОВ «Маклаут», 2010. – 425 с.

УДК 334.012.34

Голубенко К.О., здобувач кафедри менеджменту

Черкаський національний університет ім. Б.Хмельницького

СУТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ, ЩО МІСТИТЬ КОМЕРЦІЙНУ ТАЄМНИЦЮ

Економічні і політичні зміни в Україні, які відбуваються в останні роки зумовлюють загострення конкурентної боротьби між суб'єктами господарської діяльності. До інструментів, що спроможні забезпечити конкурентні переваги господарюючим суб'єктам варто віднести ефективне використання інформації, в тому числі й інформації, що містить комерційну таємницю.

Віднесення інформації до категорії комерційної таємниці визначаються, насамперед, необхідністю захисту економічних інтересів підприємства в умовах ринкової конкуренції, особливо, коли вона носить недобросовісний характер. Приступаючи до етапу визначення відомостей, які складають комерційну таємницю, необхідно визначити і проаналізувати можливі зацікавленості конкурентів. Найчастіше вони зводяться до одержання інформації про: фінансовий стан підприємства, прогнози його розвитку в майбутньому, умови контрактів й угод; технологічні й технічні специфікації перспективної продукції, що випускається, маркетинг й стратегію цін, систему безпеки підприємства та інше [1].

Склад й обсяг відомостей, які складають комерційну таємницю, спосіб їхнього захисту встановлюються підприємством самостійно відповідно до чинного законодавства [1].

Регулювання питання віднесення інформації до комерційної таємниці здійснюється шляхом встановлення ряду обмежень, що вводяться окремими законодавчими та нормативними актами, відтак до комерційної таємниці не можуть бути віднесені:

- установчі й інші документи, що дозволяють займатися підприємницькою діяльністю або її окремими видами;
- інформація за всіма формами державної звітності;
- відомості, необхідні для перевірки вирахування й сплати податків й інших обов'язкових платежів;
- відомості про чисельність і склад працюючих, їхню заробітну плату в цілому, по професіях і за посадами, а також інформація про наявність вільних робочих місць;
- документи про сплату податків й обов'язкових платежів;
- інформація про забруднення навколишнього природного середовища, порушеннях техніки безпеки, реалізації продукції, що наносить шкоду здоров'ю, а також інші порушення законодавства України й розміри заподіяних при цьому збитків;
- документи про платоспроможність;
- відомості про участь посадових осіб підприємства в кооперативах, малих підприємствах, спілках, об'єднаннях й інших організаціях, що займаються підприємницькою діяльністю;
- відомості, які відповідно до діючого законодавства підлягають оприлюдненню[2].

Крім того, не може встановлюватися режим обмеженого доступу до інформації, що є загальновідомою й загальнодоступною на законних підставах [3]. Не можуть також бути визнані комерційною таємницею винаходи, раціоналізаторські пропозиції й інша інформація, захищена патентом або авторським посвідченням.

В Україні поняття комерційної таємниці сформульоване Цивільному та Господарському Кодексі України.

Відповідно до Цивільного Кодексу України комерційною таємницею є інформація, яка є секретною в тому розумінні, що вона в цілому чи в певній формі та сукупності її складових є невідомою та не є легкодоступною для осіб, які звичайно мають справу з видом інформації, до якого вона належить, у зв'язку з цим має комерційну цінність та була предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, вжитих особою, яка законно контролює цю інформацію.

Комерційною таємницею можуть бути відомості технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру, за винятком тих, які відповідно до закону не можуть бути віднесені до комерційної таємниці [4].

Крім того, зміст поняття "комерційна таємниця" розкривається також у Господарському Кодексі України, відповідно комерційною таємницею можуть бути визнані відомості, пов'язані з виробництвом, технологією, управлінням, фінансовою й іншою діяльністю суб'єкта господарювання, що не є державною

таємницею, розголошення яких може завдати шкоди інтересам суб'єкта господарювання [5].

Аналіз Цивільного кодексу України, Господарського кодексу, закону України “Про інформацію” дозволив виділити такі ознаки відомостей, що підпадають під термін “комерційна таємниця”:

— вони пов'язані з виробництвом, технологічною інформацією, управлінням, фінансами й іншою діяльністю підприємства;

— є секретними, невідомими та не є легкодоступними суспільству;

— мають істотну або комерційну цінність;

— щодо їх захисту та збереження секретності підприємство вживає певних заходів;

— не є державною таємницею;

— не повинні підпадати під дію постанови Кабінету Міністрів України “Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці” [6].

Регулювання питань з використання інформації, що містить комерційну таємницю для господарюючих суб'єктів полягає в оформленні відповідних положень та установчих документів. До таких документів відносяться, в першу чергу установчий договір та статут, а також ряд внутрішніх документів, що регламентують діяльність підприємства, зокрема: колективний договір, правила внутрішнього трудового розпорядку та інші. На підставі цих основних документів підприємством розробляються інші внутрішні документи, у яких конкретизуються питання використання інформації, що містить комерційну таємницю [1].

Використання інформації, що містить комерційну таємницю на рівні господарюючих суб'єктів може здійснюватись з порушеннями, до яких найчастіше належать:

- необгрунтована відмова від надання відповідної інформації;

- надання інформації, що не відповідає дійсності;

- умисне приховування інформації;

- розголошення державної або іншої таємниці, що охороняється законом, особою, яка повинна зберігати цю таємницю;

- порушення порядку збереження інформації [6].

Відповідальність за порушення, щодо використання інформації, яка містить комерційну таємницю визначається законодавчими та нормативними актами України та може мати форму кримінальної відповідальності, цивільно-правової відповідальності, адміністративної відповідальності та дисциплінарної відповідальності.

Підводячи підсумки, необхідно підкреслити, що в умовах загострення конкурентної боротьби особливого значення набуває питання використання та захисту інформації, що містить комерційну таємницю. Господарюючі суб'єкти бажаючи залишатись конкурентноздатними повинні проводити комплекс заходів щодо захисту інформації, яка містить комерційну таємницю зосереджуючи свою увагу на регулювання питань доступу до неї.

Список використаних джерел:

1. Поняття комерційної таємниці [Електронний ресурс] // <http://www.kadrovik.kiev.ua/article/read/kp5.html>
2. Постанови Кабінету Міністрів України № 611 від 9 серпня 1993 р. "Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці"
3. Закон України «Про інформацію»: від 02.10.1992 р., № 2657-ХІІ.
4. Цивільний кодекс України. [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – Ст. 461.
5. Господарський кодекс України. [Електронний ресурс] // Офіційний вісник України. – 2003. – №11. – Ст. 462.
6. Атабаєва А.А., Голубенко С.П. Організаційно-методичні аспекти захисту комерційної таємниці підприємства в умовах функціонування системи внутрішнього економічного контролю [Текст] / А.А. Атабаєва, С.П. Голубенко // Труды Одесского политехнического университета. – 2009. – Вып. 1(33) - 2(34) – С. 271-276

УДК 336.221.4(447)

*Гурнак О.В., к.е.н., доцент,
Донецький національний технічний університет
Савеленко С.М., магістрант,
Донецький національний технічний університет*

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ ТА РОЛЬ ПОДАТКОВИХ ВАЖЕЛІВ В ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННІ

Деструктивні події 2008 року на фінансових ринках світу значно актуалізували і до того активні дискусії навколо питань підтримки фінансової безпеки через маневрування податковими важелями як у рамках економік окремих країн та регіонів, так і у світі в цілому.

Метою статті є дослідження категорії «фінансова безпека», ролі та значення податкових важелів в умовах забезпечення ефективного функціонування національної економічної системи та економічного зростання. Питання фінансової безпеки, її теоретичні та практичні аспекти досліджуються в роботах О. Барановського, А. Сухорукова, М. Єрмошенка, Г. Шиназі, Е. Крокетта, Ф. Мишкіна, М. Фута, Ф. Девіса, Т. Падо-Шіопа, О. Барановського, А. Бахолдіна, П. Каллаура та інших. У вітчизняній економічній літературі присутня лише незначна кількість визначень фінансової безпеки країни, що пояснюється складністю процесів, які відображає ця категорія. У вузькому розумінні фінансова безпека визначається як надійна захищеність фінансової системи від внутрішніх та зовнішніх загроз. Для російської економічної думки характерним є широке розуміння поняття фінансової безпеки з акцентом щодо націленості фінансової системи на економічний розвиток.

Основою фінансової безпеки є стабільність фінансової системи. Саме такий підхід є характерним для робіт західних економістів, у яких фінансова безпека фактично ототожнюється з фінансовою стабільністю на макроекономічному рівні. Проведений аналіз публікацій надає можливість зробити висновок, що найпоширенішими є три підходи до визначення поняття «фінансова стабільність»: пряий або функціональний (опис характеристик, які

повинна мати стабільна фінансова система); зворотний або негативний (фінансова стабільність визначається через відсутність фінансової кризи); змішаний.

Одним з представників зворотного підходу є Е. Крокетт (Crockett A., 1997), який визначає фінансову стабільність як відсутність нестабільності, у свою чергу, даючи визначення фінансової нестабільності як ситуації, у якій функціонування економіки потенційно погіршується коливаннями вартості фінансових активів або нездатністю фінансових інститутів виконувати свої договірні зобов'язання [2]. Лагер (Lager, 1999) встановлює, що «мета стабільності фінансової системи в загальних рисах може бути визначена як запобігання криз у фінансовій системі, які, ймовірно, які приведуть до зниження обсягів виробництва в економіці країни». Обіймаючи посаду директора-розпорядника Управління фінансових послуг Великобританії, М. Фут (Foot M., 2003) використовував змішаний підхід, стверджуючи, що фінансова стабільність – це стан, за якого існують: монетарна стабільність; близький до природного значення рівень зайнятості населення; довіра до роботи більшості ключових фінансових інститутів і ринків в економіці; відсутні відносні зміни цін реальних або фінансових активів, які загрожуватимуть першому або другому [2, с.9]. Широке функціональне визначення поняття «фінансова стабільність» запропоновано Р. Шинасі (Schinasi G.J., 2004): фінансова стабільність - це ситуація, у якій фінансова система «здатна задовільно виконувати три ключові функції одночасно: фінансова система ефективно і безперервно сприяє міжчасовому розподілу ресурсів в економіці від власників заощаджень до інвесторів і розподілу економічних ресурсів у цілому; фінансові ризики на перспективу визначаються і оцінюються з прийнятною точністю, а також відносно добре управляються; фінансова система знаходиться в такому стані, що вона без напруги, якщо не безперервно, може абсорбувати фінансові і реальні економічні несподівані події або шоки» [3].

На наш погляд, доцільно під фінансовою безпекою розуміти такий стан грошово-кредитної, валютної, банківської, бюджетної, податкової систем, який характеризується збалансованістю, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних загроз, здатністю забезпечити ефективне функціонування національної економічної системи та економічне зростання. Вужчим за змістом є термін фінансова безпека держави, під яким ми розуміємо стабільність системи державних фінансів та спроможність держави виконувати свої внутрішні та зовнішні зобов'язання. Фінансова безпека держави складається з кількох складових, а саме: бюджетної, податкової, валютної, інвестиційної, грошово-кредитної безпеки. Головним елементом забезпечення ефективного функціонування системи державних фінансів в Україні повинна бути податкова безпека.

Забезпечення фінансової безпеки вимагає застосування такої податкової політики, яка ефективно сприятиме поживленню ділової активності та економічному зростанню в Україні. Проте, роль і місце податкових важелів у системі фінансової безпеки є неоднозначними і суперечливими. З одного боку,

оподаткування є основою фінансового забезпечення виконання державних зобов'язань, з другого — може гальмувати економічний розвиток. Тому в контексті фінансової безпеки йдеться про досягнення оптимального і соціально справедливого рівня оподаткування, який би не пригнічував стимули до приватної інвестиційної активності та мотивацію до праці. Відповідно податкові важелі фінансової безпеки держави можуть розглядатися як така композиція податкових норм і правил, що забезпечує максимальну фіскальну ефективність при мінімальній дискримінації економічних інтересів виробників.

Розглядаючи податкові важелі фінансової безпеки, слід мати на увазі їх вплив на індикатори, що визначають спроможність держави виконувати свої внутрішні та зовнішні зобов'язання: відношення суми державного боргу до ВВП, відношення суми державного боргу до доходів бюджету, відношення доходів бюджету до ВВП. Спроможність збирати податки є важливою передумовою гарантування фінансової безпеки країни, що демонструє ефективність податкової системи і податкових інститутів влади. Стабільність та передбачуваність податкових надходжень мають велике значення для забезпечення виконання державою своїх зобов'язань, позитивно впливаючи на групу індикаторів стійкості фінансової системи (дефіцит бюджету у відсотках до ВВП; обсяг, структура і вартість обслуговування сукупного державного боргу у відсотках до ВВП; співвідношення між виплатами з обслуговування й погашення державного боргу та загальними доходами державного бюджету і ВВП).

Другим важливим індикатором, який вимірює рівень фіскальної достатності системи оподаткування для виконання державних зобов'язань, є відношення суми державних витрат на погашення процентних зобов'язань до суми державних доходів. Для підтримання надійного рівня фінансової безпеки динаміка податкових доходів в Україні у середньостроковій перспективі не повинна бути меншою від динаміки процентних виплат.

Високі ставки податків та фіскальна спрямованість податкової політики можуть позбавити суб'єктів господарювання обігових коштів, зменшити обсяги наявних доходів домогосподарств, що зменшить пропозицію фінансових ресурсів на ринку. З цих позицій одразу два індикатори фінансової безпеки країни пов'язані із системою оподаткування — рівень монетизації економіки та рівень процентної ставки. Реалістичнішим є так званий підхід А.Лаффера, згідно з яким зниження ставок оподаткування в середньостроковій перспективі розширює базу оподаткування і зумовлює лише тимчасове скорочення обсягів податкових надходжень. Важливим з позицій фінансової безпеки країни є положення Лаффера про те, що зниження ставок оподаткування зменшує мотивацію платників до ухилення від сплати податків [1, с.361].

Незважаючи на зростання спроможності за останні роки податкової системи акумулювати державні доходи, невирішеними залишаються такі важливі для зміцнення фінансової безпеки країни завдання: забезпечення рівномірного розподілу податкового навантаження; зменшення масштабів ухилення від оподаткування; посилення стимулюючої дії податкових важелів на ділову активність; вдосконалення податкового адміністрування; забезпечення

захисту прав і законних інтересів платників податків; посилення регулюючого потенціалу системи оподаткування. Таким чином, для гарантування фінансової безпеки країни потрібна така оптимізація системи оподаткування, яка б забезпечила достатні для виконання державних зобов'язань обсяги доходів, з одного боку, та стимулювала ділову й інвестиційну активність — з другого. При цьому неприпустимо забезпечувати зростання обсягів доходів бюджету шляхом здійснення адміністративного тиску на платників, що може значно погіршити фінансовий стан підприємств та інвестиційний клімат в цілому. Вирішення другого завдання потребує поетапного проведення системної лібералізації оподаткування.

Список використаних джерел:

1. Фінансово-монетарні важелі економічного розвитку: В 3 т. / За ред. чл.-кор. НАН України А.І.Даниленка. Т. 1: Фінансова політика та податково-бюджетні важелі її реалізації. – К.: Фенікс, 2008. – С. 351-363
2. Abayomi A. Alawode, Mohammed Al Sadek. What is Financial Stability?// Financial Stability Paper Series. - 2008. - No. 1/March. – P. 9-10
3. Schinasi, G. Defining Financial Stability// IMF Working Paper. – 2004. - № WP/04/187, October. – P. 8.

УДК 336.71

*Зачосова Н.В., к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту
Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*

КАРТА РИЗИКІВ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ВІТЧИЗНЯНИХ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ідентифікація, мінімізація та контроль зовнішніх і внутрішніх ризиків діяльності суб'єкта господарювання нині є важливим елементом систем економічної безпеки виробничих підприємств, комерційних банків, нетрадиційних фінансових посередників і навіть некомерційних приватних та державних установ і організацій. Тому розробка та впровадження ефективних інструментів ризик-менеджменту у рамках комплексного підходу до забезпечення економічної безпеки будь-якого виду бізнесу, підприємницької або іншої діяльності набуває у посткризовий період функціонування економіки України особливої актуальності.

Картографування ризиків — потужний аналітичний інструмент, що дозволяє розібратися в ризиках об'єкта господарювання і розмістити їх за пріоритетністю реагування на них суб'єктів економічної безпеки. Адже вершина майстерності в управлінні ризиками — це не тотальне знищення ризиків, а точковий та системний вплив на кожен з них, що зумовлює перетворення проблем на можливість розвитку і успіх бізнесу. Крім того, у багатьох випадках карта ризику є джерелом для створення економічної цінності суб'єкта господарювання. Побудова карти ризиків може відбуватися як у рамках запровадження системи управління ризиками на рівні всієї організації, так і для вирішення відокремленого кола задач з управління ризиками. В

залежності від задач і застосовуваної методології, суб'єкт господарювання отримує різні переваги та вигоди [1].

У загальному розумінні карта ризику – це графічний і текстовий опис обмеженого числа ризиків суб'єкта господарювання, розташованих у таблиці, по одній осі якої вказана сила впливу або значимість ризику, а по іншій – вірогідність або частота його виникнення. Таке її розуміння є традиційним для багатьох західних і російських досліджень. По вертикальній осі відображається ймовірність втрат (від низької low до високої - high); по горизонтальній осі - значимість ризику або вплив (в грошових одиницях, від low до high). Іншими словами, кожен виявлений ризик може бути визначений двома характеристиками (координатами ймовірності втрат і сили впливу) і відображений на площині. Тоді величина ризику в абсолютному вираженні дорівнює добутку ймовірності та впливу [2].

Для правильного нанесення ризиків на карту, для початку їх необхідно класифікувати по категоріям значимості для суб'єкта господарювання (4-6 категорій, наприклад, нейтральні, малозначимі, відчутні, суттєві, критичні, тощо) та по категоріям вірогідності настання (5-7 категорій, наприклад, неймовірні, малоймовірні, ймовірні, найбільш ймовірні, такі, що гарантовано відбудуться, тощо). Після створення класифікації необхідно пересвідчитись, щоб кожній комбінації значимості/вірогідності був приписаний один вид ризику. Така класифікація, що розміщує кожен ризик у специфічну окрему «категорію» не є обов'язковою, але спрощує процес встановлення пріоритетів, демонструючи позицію кожного окремого ризику щодо інших (збільшує роздільну здатність даного методу) [3]. Після нанесення комбінацій окремими сегментами на карту ризику таким чином, що за кожним сегментом впритул слідує наступний, отримуємо квадрат або прямокутник (у залежності від кількості виокремлених категорій), заповнений меншими квадратами або прямокутниками – зонами ризиків. Після цього між ними необхідно провести ламану лінію – критичну межу терпимості до ризику. Її розміщення на карті визначається суб'єктом господарювання у залежності від того, які зони ризику є для нього критичними, тобто такими, збитки від яких він не зможе компенсувати. Ризики, що потрапляють у критичну зону (лежать по праву сторону від критичної межі), необхідно уникати або передавати (страхувати, хеджувати), у той час, як ризики по ліву сторону від критичної межі є керованими, їх можна мінімізувати або компенсувати.

Таким чином, найбільш малоймовірні види ризиків потраплять у так звану червону зону, а ті, з якими суб'єкт господарювання стикається досить часто, у зелену. Нагадаємо, що ймовірність появи ризику збільшується знизу вгору при просуванні по вертикальній осі, а його вплив збільшується зліва направо по горизонтальній осі. Залежно від мети діяльності підприємства, установи чи організації, можна побудувати різні карти ризику або різні варіації однієї карти [2].

Методології побудови карти ризиків настільки ж різні, як різні ризики суб'єктів господарювання. Незважаючи на удавану простоту карти ризиків, за її формуванням лежать не тільки складні процедури кількісної оцінки

(наприклад, для агрегування уявлень топ-менеджменту компанії про властиві їй ризики та їх розміщення на карті), які можуть бути формалізовані, а й неформальний, логічно досить складний процес. Необхідно відзначити, що у тому випадку, коли йдеться про оцінку фінансових ризиків, важливим є саме кількісний аналіз фінансової звітності компанії. Звичайно, індивідуальні характеристики клієнта і його потреби диктують відповідний метод збору та аналізу даних.

Побудова карти ризиків може здійснюватися як в рамках впровадження системи управління ризиками на рівні всього суб'єкта господарювання, що складно, а часто і неможливо виконати власними силами, або для вирішення відокремленого кола завдань з управління ризиками, наприклад, у рамках попередньої оцінки різних стратегій розвитку [3].

В Україні технологія побудови карт ризиків поки що не знайшла широкого розповсюдження, тому про вітчизняну практику її застосування говорити ще рано. Методи, які застосовують іноземні фахівці при складанні карти ризиків, включають інтерв'ю, формалізовані і неформалізовані опитувальники, огляди і дослідження галузі, аналіз комплексу документації суб'єкта господарювання, чисельні методи оцінки, тощо. Карти ризиків можуть створюватися окремо за їх типами, зокрема, за кредитним, ринковим, операційним, виробничим та іншими, потім на загальну карту вносяться найбільш критичні ризики і т.д. Карти формуються і в розрізі різних факторів (наприклад, внутрішніх або зовнішніх факторів ризику).

Фахівці виділяють також карти залишкових ризиків, тобто таких, що залишилися після прийняття захисних заходів. Хоча це більше схоже не на окрему карту залишкових ризиків, а на процес роботи з ризиками з метою доведення їх до прийняттого рівня.

Західні методика допускають формування карт ризиків з урахуванням ключових індикаторів, встановлених лімітів для заходів контролю за ризиками та ін.[2], проте на початковому етапі формування технологій складання карт ризику, що характерні нині для України, про такий рівень використання даного інструменту ризик-менеджменту для забезпечення економічної безпеки суб'єктів господарювання говорити поки що рано.

Важливо пам'ятати, що управління ризиками – не одноразовий захід ризик-менеджменту: скласти карту ризиків і згодом забути про неї. Необхідно постійно коригувати карту ризиків і механізми прийняття рішень в залежності від того, що відбувається на теренах економіки країни та які загрози стають характерними для сталості економічної безпеки компанії. Карта ризиків формується шляхом накопичення управлінського досвіду, вона постійно доповнюється і в міру розвитку та еволюції мети суб'єкта господарювання, зазнає серйозних змін. Ймовірність і наслідки одноразово виявлених ризиків та оцінка їх пріоритетності можуть надалі змінитися. Існує велика ймовірність появи нових видів ризиків [4]. Тому жодна, навіть найбільш точна та об'ємна карта ризиків не може бути статичною; вона є динамічним, варіативним інструментом підтримання належного рівня економічної безпеки підприємства, установи, організації.

Таким чином, карта ризику може стати простим, наочним, а тому досить популярним та ефективним інструментом ризик-менеджменту у вітчизняній практиці управління ризиками суб'єктів господарювання.

Список використаних джерел:

1. Якошь І.С. Карта ризиків як елемент програми управління ризиками / І.С. Якошь // Вісник економічної науки України. – 2010. – №1. – С.160-162.
2. Максимова В.Л. Карта рисков как инструмент управления надежностью кредитных организаций / В.Л. Максимова // Банковское дело. – 2010. - №11. – С.85-87.
3. Зинкевич В.А. Карта рисков – эффективный инструмент управления [Электронный ресурс] / В.А. Зинкевич, В.Н. Черкашенко // Режим доступа : http://www.franklin-grant.ru/ru/reviews/review_7.shtml.
4. Старинская А. Ставка на карту рисков [Электронный ресурс] / А. Старинская // Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications /project/section_40/article_3578/

УДК 332.053.2:351.863

Касьянова А.О.,

здобувач кафедри економіки і менеджменту

Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна

ОГЛЯД ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ДЕРЖАВИ

Завдання економічної безпеки – зрівноважити позитивний і негативний вплив всіх економічних чинників в житті суспільства і держави таким чином, щоб досягти стабільності і запобігти згубному впливу загроз.

Зростаюча залежність національної економіки від зовнішніх факторів, в тому числі негативних, обмеженість і безпрецедентно висока ціна енергетичних ресурсів, необхідність більш раціонального використання сировинної бази і робочої сили мають служити стимулом для впровадження інновацій задля підвищення потенціалу віддачі від наявних в країні та імпортованих ззовні ресурсів, переходу вітчизняної економіки до стандартів економічно безпечного виробництва і споживання з метою забезпечення сталого економічного розвитку в цілому. Для більш наглядного висвітлення соціально-економічного становища України ми використали графічний метод переваг і недоліків національної економіки у розрізі SWOT-аналізу (рис. 1).

Хоча Україна є однією з найбільш багатих на природні ресурси країн світу, використання наявних ресурсів в національній економіці вкрай нераціональне. По-перше, залишається дуже високою ресурсоемність ВВП, яка в 2-3 рази перевищує середній рівень країн ЄС. По-друге, зберігається низький рівень глибини переробки мінеральної сировини. По-третє, зростають обсяги експорту сировини і продукції з неї [1, с. 173].

Зміст і визначення поняття «економічна безпека» дедалі більше розглядають, оцінюючи і аналізуючи загрози, які впливають на її рівень. Отже, безпеку можна розцінювати, описуючи стан об'єктів безпеки в системі народного господарства, що характерний для спроможності виживання економіки і її розвитку в умовах впливу внутрішніх і зовнішніх загроз, а також під дією непередбачуваних або важкопрогнозованих факторів впливу.

<p>S</p> <p>1) вигідне економічне положення;</p> <p>2) велика територія і земельні та інші природні ресурси;</p> <p>3) кваліфікована і недорога робоча сила;</p> <p>4) членство в міжнародних організаціях і участь у конференціях та саммітах високого рівня</p>	<p>1) нестабільність податкового та бюджетного законодавства;</p> <p>2) непрозоре функціонування бюрократичного апарату (корупція);</p> <p>3) неконкурентоспроможна система освіти (особливо вищої);</p> <p>4) нездатність випускати конкурентоспроможну продукцію на міжнародний ринок</p>
<p>1) розвиток вітчизняної науки і підвищення інноваційних тенденцій;</p> <p>2) формування ринкового середовища функціонування економіки;</p> <p>3) можливості широкого інвестування в економіку і в промисловість із-за кордону;</p> <p>O 4) підбір професійних кадрів і вирішення проблем зайнятості</p>	<p>1) низькі доходи населення (у порівнянні з промислово розвинутими країнами);</p> <p>2) піддатливість економіки кризовим явищам;</p> <p>3) низький рівень розвитку малого підприємництва;</p> <p>4) неузгодженість дій з урядами інших (особливо сусідніх) країн;</p> <p>5) занадто велика кількість неконтрольованого імпорту</p> <p>T</p>

Рис. 1. Переваги та недоліки національної економіки*

*Складено автором

В економічному житті держави загрози виникають у випадках:

1) непрогнозовано швидкої втрати здатності системи національного господарства вийти з системної економічної кризи [2] під впливом таких несприятливих чинників як, наприклад, всеохоплююча економічна злочинність, яка не тільки гальмує економіку і перешкоджає розвитку вільного підприємництва, але й створює відповідно негативний імідж держави, що не справляється із проблемами економічної етики та моралі;

2) ресурсної нестачі внаслідок необдуманого використання ресурсів або не вигідно дешевого їх продажу за кордон через політичні, боргові або інші причини, а також неготовність економічної системи адаптуватися до різкого скорочення або зникнення певних видів ресурсів;

3) наслідків структурної кризи виробничої системи після різкого падіння промислового, науково-технічного, експортного та фінансового потенціалу української економіки та небажання державних органів вдаватися до радикальних заходів для подолання цих наслідків;

4) щорічного розгортання інфляційних процесів та пов'язаного з цим росту витрат виробництва, а, отже, і собівартості товарів та послуг [2];

5) нерозвиненості інформаційної інфраструктури в державі, про що свідчить відсутність юридичних та фактичних гарантій інформаційної безпеки особистості і всього суспільства, відсутність побудови демократично орієнтованої масової свідомості, національного інформаційного простору;

б) розвалу фінансової системи держави, що посилюється із прискоренням інтеграції держави в світове співтовариство, супроводжується ростом зовнішньої заборгованості, вивозом за кордон валютних ресурсів та

послабленням фінансової самостійності у вирішенні питань економічного розвитку.

Виникненню структурованої низки загроз в економіці сприяв ряд умов і помилок державного управління. Динамічний розвиток української держави, а також геополітичні зміни, потребують постійного коригування безпекової політики та оновлення методів її провадження за допомогою реформування політико-економічної сфери діяльності. Для уникнення загроз соціально-економічному розвитку та національній безпеці України необхідними передумовами подальших суспільно-політичних та економічних зрушень мають стати розбудова ефективної системи державного управління, формування дієздатного і відповідального політичного класу, створення нової якості влади в Україні. Тільки на такій основі може сформуватися суспільна атмосфера, сприятлива для модернізації країни.

Список використаних джерел:

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів : [за заг. ред. В. І. Полохала]. – К. : Парлам. вид-во, 2009. – 630 с. – (Матеріали парламентських слухань у ВР України).
2. Экономическая и национальная безопасность : [учеб. / под ред. проф. Е. А. Олейникова]. – Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова. – М. : «Экзамен», 2005. – 768 с.
3. Закон України «Про основи національної безпеки України» : за станом на 19 черв. 2003 р. / Відомості Верховної Ради України. – Офіц. вид. – К. : № 39 / 2003. – (Нормативні директивні правові документи).
4. Власюк О. С. Загрози економічній безпеці України / О. С. Власюк // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К. : ВПЦ “Київський ун-т”, Ін-т міжнар. відносин, 2001. – Вип. 26. – С. 210–212.

УДК 658.15

Кир’янова Н.В.,

бухгалтер ПП «Агровіт»

Демяненко І.В., к.е.н., доцент

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ НА ПРИВАТНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Україна перейшла на ринкові відносини, що суттєво ускладнює умови господарювання і призводить до зростання конкурентної боротьби між господарюючими суб’єктами, як наслідок їх фінансовий стан може погіршитися, і більш того – призвести до банкрутства. Тому проблема забезпечення фінансової безпеки вітчизняних підприємств є сьогодні вкрай важливою. В Україні і за кордоном ці питання досліджувала велика кількість вчених та науковців, але їх увага була прикута до фінансової безпеки держави, а безпека підприємства відходила на другий план.

Фінансова безпека підприємства це такий його фінансовий стан, який характеризується, збалансованістю і якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, достатніми обсягами фінансових ресурсів, здатністю фінансової системи

підприємства забезпечувати реалізацію його фінансових інтересів, місії і завдань, забезпечувати ефективний розвиток фінансової системи.

Структура фінансової безпеки підприємства включає наступні складові: бюджетну, грошово-кредитну, валютну, банківську, фондову та страхову.

Для підприємств, працюючих в умовах конкуренції, можна виділити наступні рівні фінансової безпеки: 1) абсолютна фінансова безпека – підприємству достатньо власних оборотних засобів для функціонування; 2) нормальна фінансова безпека – підприємству практично достатньо власних оборотних засобів; 3) нестійкий рівень безпеки – підприємству недостатньо власних оборотних засобів, воно залучає середньострокові та довгострокові позики і кредити; 4) критичний рівень безпеки – підприємство окрім середньострокових та довгострокових позик і кредитів, залучає короткострокові; 5) кризовий рівень безпеки – підприємство не може забезпечити фінансування своєї діяльності ані власними, ані залученими засобами.

Механізм управління фінансової безпеки підприємства має наступні елементи: сукупність фінансових інтересів підприємства, функції, принципи і методи управління, організаційну структуру, управлінський персонал, техніку і технології управління, фінансові інструменти, критерії оцінки рівня фінансової безпеки.

Досить ефективним способом управління фінансовою безпекою є впровадження системного підходу, що включає в себе введення керівництвом і власниками підприємств єдиних вимог до всіх елементів системи управління компанією та організації контролю їх виконання, розподіл сфер відповідальності по всіх категоріях персоналу, встановлення нормативних значень показників фінансової безпеки.

Стратегія фінансової безпеки повинна визначати напрями дій керівництва в умовах кризової ситуації, серед яких можна відзначити: організацію проведення постійного моніторингу фінансового стану з метою раннього діагностування кризових явищ; оцінку потенційних можливостей (зовнішніх і внутрішніх) щодо подолання загрози фінансової кризи; визначення переліку заходів щодо запобігання загроз фінансовій безпеці; оцінку ефективності планованих заходів з точки зору нейтралізації негативних чинників; оцінку вартості пропонованих заходів, терміни реалізації, очікувані результати фінансової стабілізації.

При управлінні фінансовою безпекою необхідне порівняння фактичних і прогнозних даних з нормативними значеннями, визначення параметрів кризової ситуації для даного підприємства, і підтримка показників не нижче встановленого рівня.

Головна проблема в реалізації концепції фінансової безпеки підприємства на сьогоднішній день – це не відпрацьованість у теоретично-практичному плані механізмів побудови ефективної системи фінансової безпеки окремих суб'єктів господарювання з урахуванням специфіки галузі, форми господарювання та особливостей державного регулювання. Крім того, необхідно удосконалити методичне забезпечення оцінювання фінансової

безпеки підприємства з урахуванням його взаємодії із суб'єктами зовнішнього оточення. Ці проблеми можуть стати предметом наступних наукових досліджень науковців.

УДК 334.012.34

*Мігус І.П., д.е.н., завідувач кафедри менеджменту
Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького*

КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЕМІСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ

Врахування інтересів широкого кола зацікавлених в діяльності акціонерного товариства осіб, незалежно від частки належних їм акцій, є головною запорукою розвитку інвестиційних процесів, забезпечення впевненості і підвищення довіри інвесторів до акціонерних товариств України. Відсутність єдиного підходу до формування системи економічної безпеки акціонерного товариства вимагає розробку основних вимог до такої системи та її формування, враховуючи саме специфічні риси діяльності акціонерних товариств як суб'єктів господарювання.

Використовуючи методологічний підхід до формування системи, автором було запропоновано формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств здійснювати за такими етапами.

На початковому етапі відбувається прийняття рішення про формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерного товариства та проводиться розробка концепції формування даної системи, яка включає наступні складові:

- 1) формування поняття «система економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств»;
- 2) встановлення мети та завдань формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств;
- 3) визначення функцій, які буде виконувати система економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств;
- 4) визначення принципів, на яких буде ґрунтуватись система економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств;
- 5) розробка стратегій формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств.

Враховуючи праці зарубіжних та вітчизняних науковців та практиків, а також специфіку діяльності акціонерних товариств в Україні, пропонуємо, поняття «**система економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств**» розуміти як сукупність підсистем, взаємовідносини між якими дозволяють мінімізувати вплив внутрішніх і зовнішніх загроз економічній безпеці акціонерного товариства в процесі випуску та публічного розміщення його цінних паперів

Метою формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерного товариства є своєчасне виявлення й запобігання як зовнішніх, так і внутрішніх загроз при публічному розміщенні акцій, забезпечення

захищеності діяльності товариства, одержання ним прибутку та досягнення стратегічних цілей.

Досягнення поставленої мети здійснюється на основі вирішення *комплексу завдань*, до найбільш значимих з яких належать:

- виявлення реальних і прогнозування потенційних загроз діяльності акціонерного товариства при публічному розміщенні акцій;
- розробка способів запобігання, ослаблення або ліквідації наслідків впливу загроз при публічному розміщенні акцій;
- підготовка засобів і коштів, необхідних для забезпечення економічної безпеки акціонерного товариства при публічному розміщенні акцій;
- організація взаємодії із державними регуляторами та саморегулювними організаціями для запобігання й припинення правопорушень, спрямованих проти інтересів товариства;
- створення власної служби економічної безпеки товариства тощо.

Система економічної безпеки емісійної діяльності акціонерного товариства покликана виконувати такі *функції*:

- прогнозування, виявлення, попередження, ослаблення загроз, що призводять до поглинання (захоплення) акціонерного товариства при публічному розміщенні акцій та/або знижують його ринкову капіталізацію;
- забезпечення захищеності діяльності акціонерного товариства в цілому та його персоналу, який бере участь у публічному розміщенні акцій;
- збереження його майнової та інформаційної цілісності;
- створення сприятливого конкурентного середовища на фондовому ринку при публічному розміщенні акцій декількома товариствами однієї галузі;
- ліквідація наслідків реалізації внутрішніх та зовнішніх загроз емісійній діяльності акціонерного товариства та товариству в цілому тощо.

Систему економічної безпеки підприємства доцільно розглядати спираючись на основні *системні принципи*, такі як: комплексність, пріоритет заходів попередження, безперервність, законність, плановість, ощадливість, взаємодія, поєднання гласності й конфіденційності, компетентність.

Із зазначеними принципами системи економічної безпеки акціонерного товариства тісно пов'язане питання розробки *стратегії економічної безпеки*, під якою розуміють сукупність найбільш значимих рішень, спрямованих на забезпечення програмних рівнів економічної безпеки функціонування акціонерного товариства. Пропонуємо наступні основні *типи стратегій формування системи економічної безпеки емісійної діяльності акціонерного товариства*:

1) стратегія, пов'язана з необхідністю раптово реагувати на загрози діяльності акціонерного товариства, які реально виникли при публічному розміщенні його акцій і пов'язані зі збереженням його майна, персоналу, конфіденційної інформації, ринкової вартості тощо;

2) стратегія, орієнтована на прогнозування, завчасне виявлення внутрішніх та зовнішніх загроз, цілеспрямоване дослідження економічної й

криміногенної ситуації як усередині підприємства, так і у навколишньому середовищі;

3) стратегія безпеки, спрямована на відшкодування (відновлення, компенсацію) нанесеного збитку при публічному розміщенні акцій.

Запропоновану автором систему економічної безпеки емісійної діяльності акціонерних товариств пропонуємо розглядати як систему, що складається з трьох підсистем:

- підсистема забезпечення економічної безпеки при організації випуску та публічного розміщення акцій дозволяє встановити особливості випуску та публічного розміщення акцій українськими акціонерними товариствами на вітчизняних та зарубіжних фондових біржах, а також встановити загрози, які впливають на економічну безпеку акціонерних товариств при здійсненні ними публічного розміщення акцій;

- підсистема забезпечення економічної безпеки при здійсненні корпоративного управління акціонерним товариством характеризує стан корпоративного управління конкретного акціонерного товариства та відображає його особливості;

- підсистема забезпечення економічної безпеки при взаємодії акціонерних товариств та фінансових посередників в процесі розміщення акцій передбачає встановлення основних загроз економічній безпеці емісійної діяльності акціонерного товариства.

Розглядаючи систему економічної безпеки емісійної діяльності акціонерного товариства, до основних її елементів автор пропонує віднести:

- об'єкти системи (акціонерне товариство; акціонерна власність);
- суб'єкти системи (акціонери; керівництво АТ; служба економічної безпеки АТ; органи державного регулювання; саморегульовані організації; фінансові посередники);
- правове регулювання (Закони України; Інші нормативно-правові акти; внутрішні положення та інструкції);
- функціональні складові системи (фінансова; корпоративна; правова; майнова; кадрова; технологічна; інформаційна - інформаційно-аналітична та інформаційно-психологічна; екологічна);
- механізм реалізації економічної безпеки емісійної діяльності АТ (організаційний; економічний);
- методологія комплексної оцінки стану системи економічної безпеки емісійної діяльності АТ (*методика* оцінки стану корпоративного управління акціонерного товариства; *методика* оцінки ефективності публічного розміщення акцій; *методика* оцінки впливу загроз на економічну безпеку емісійної діяльності акціонерного товариства);

Отже, запропонована автором система економічної безпеки емісійної діяльності акціонерного товариства враховує вимоги сучасного законодавства та практики діяльності акціонерних товариств в Україні та дозволяє системно підійти до питання формування та управління такою системою у публічних акціонерних товариствах.

Список використаних джерел:

1. Шульга (Мігус) І.П. Економічна безпека емісійної діяльності акціонерних товариств: Монографія [Текст] / І.П. Шульга. - Черкаси: вид-во «МАКЛАУТ», 2010. - 425 с.

УДК 336.763:334.72

Петренко Ю.М.,

здобувач кафедри фінансів,

Української академії банківської справи національного банку України

ОСНОВИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ЦІННИХ ПАПЕРІВ В ЧАСТИНІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА

З актуалізацією концепції сталого розвитку, вивчення механізму взаємовпливу національної регуляторної системи та системи інституційного середовища країни допоможе віднайти інструменти забезпечення високого рівня фінансової безпеки суб'єктів підприємництва.

Вітчизняним законодавством встановлено, що державне регулювання ринків цінних паперів та похідних цінних паперів здійснюється Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

Провідною формою державного регулювання ринку цінних паперів є створення системи захисту прав інвесторів і контролю за дотриманням цих прав. Актуальним постає питання аналізу вітчизняного законодавства на відповідність концепціям корпоративного управління, адже такий звужений підхід - неврахування інтересів стейкхолдерів, та міноритарних акціонерів зокрема, унеможливорює створення умов для досягнення сталого розвитку інституційного середовища країни й забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємництва.

Таблиця

Відповідність положень вітчизняного законодавства концепціям корпоративного управління

№	Критерій визначення концепції корпоративного управління	Положення законодавства України	Відповідність концепції корпоративного управління
1	Головні суб'єкти діяльності підприємства	Акціонери	Моністична
2	Мета діяльності підприємства	Максимізація добробуту акціонерів	Моністична
3	Інструменти досягнення мети діяльності підприємства	Зростання ринкової вартості акцій товариства Отримання акціонерами дивідендів	Моністична
4	Ключові фактори досягнення мети діяльності	Довгостроковий економічний успіх товариства, що є результатом співпраці товариства із заінтересованими особами та врахування їх інтересів у процесі корпоративного управління з метою забезпеченню фінансової стабільності, конкурентоспроможності а	Плюралістична

№	Критерій визначення концепції корпоративного управління	Положення законодавства України	Відповідність концепції корпоративного управління
		також підвищення ділової репутації підприємства	
5	Важливість ефективного корпоративного управління для підприємства	Полягає у: - забезпеченні належної уваги до акціонерів; - забезпеченні рівноваги впливу та балансу інтересів учасників корпоративного управління; - забезпеченні фінансової прозорості; - запровадженні правил ефективного менеджменту та належного контролю	Моністична
6	Важливість ефективного корпоративного управління для держави	Полягає у: - сприяттні розвитку інвестиційних процесів, забезпеченні впевненості та підвищенні довіри інвесторів - підвищенні ефективності використання капіталу та діяльності товариства; - врахуванні широкого кола інтересів зацікавлених сторін, що забезпечує здійснення товариствами діяльності на благо суспільства та зростання національного багатства	Плюралістична
7	Особливості прийняття рішень на підприємстві	Інституційна одиниця повинна враховувати інтереси заінтересованих осіб при прийнятті рішень або здійсненні дій, що можуть тим чи іншим чином вплинути на заінтересованих осіб. До таких випадків належать, зокрема, реалізація товариством соціальних та екологічних програм; створення робочих місць; формування та зміна розміру статутного капіталу товариства; придбання товариством власних акцій; реорганізація та ліквідація підприємства	Плюралістична
8	Механізм взаємодії із зацікавленими сторонами	Співпраця підприємства з групами стейкхолдерів реалізовується через наглядову раду та її комітети, хоча інші органи підприємства також повинні враховувати та забезпечувати дотримання інтересів стейкхолдерів	Плюралістична
9	Головний принцип діяльності Наглядової ради	Максимальне слугування інтересам акціонерів	Моністична
10	Можливість для стейкхолдерів брати участь в управлінні підприємством	Відсутня, оскільки ані на законодавчому, ані на корпоративному рівні не прописано реальних механізмів залучення представників зацікавлених груп в процеси управління підприємством	Моністична

Таким чином, цілком справедливим є твердження про те, що в сучасному законодавстві України основи розвитку інституційного середовища у відповідності до плюралістичної концепції корпоративного управління (рядки 4,6-8 таблиці), визначено лише формально, оскільки зазначені орієнтири відповідають операційним напрямам діяльності підприємства. Стадія стратегічного управління та розробки комплексної концепції корпоративного управління повністю базується на моністичних постулатах.

Виявлені протиріччя моністичних і плюралістичних принципів побудови законодавчої бази в сфері корпоративного управління дозволяють зробити висновок про викривлення напрямів розвитку вітчизняної системи

транзакційних технологій, що безпосередньо має негативний вплив на можливість забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємництва, та потребує негайних законодавчих змін.

В той же час, наявність часового лагу впровадження законодавчих ініціатив, обумовлює актуальність пошуку шляхів забезпечення фінансової безпеки в системі корпоративного управління саме на інституційному рівні, у відповідності до основ корпоративної соціальної відповідальності та принципів міжфункціонального менеджменту.

Список використаних джерел:

1. Калач Г. Фінансова безпека держави в умовах глобалізації [Текст] Г. Калач // Наук. вісн. нац. акад. держ. податк. служби України.- 2004.- №4.- С.68-74.
2. Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні [Електронний ресурс] : Закон України // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Про Експертну раду з питань корпоративного управління при Державній комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] : Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. – 2009. - №1556 // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
4. Про Консультаційно-експертну раду Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс] : Рішення Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку. – 2002. - №248 // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
5. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг [Електронний ресурс] : Закон України // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
6. Про цінні папери та фондову біржу [Електронний ресурс] : Закон України // Режим доступу: www.rada.gov.ua.
7. Sean Lyons. An Introduction to Corporate Defense Management (CDM) / Sean Lyons // DM Review. – 2006. – December. – pp1-6.
8. Sean Lyons. Corporate Defence: Are Stakeholders Interests Adequately Defended? / Sean Lyons // The Journal of Operational Risk. – 2006. - № 2 - pp. 67-73.

УДК 330(477)

*Юрченко Т.В., студентка групи б ЕТ,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького
Кукурудза І.І., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економічної теорії та міжнародної економіки,
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького*

ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

З посиленням процесів глобалізації кожна держава все більше дбає про свою економічну безпеку, тобто захищає національну економіку від внутрішніх і зовнішніх факторів, що порушують процес суспільного відтворення, знижують досягнутий рівень життя народу і тим самим викликають напруженість у суспільстві та загрожують існуванню держави.

В умовах ринкової трансформації, яка в часі співпала з наростанням процесів глобалізації, в Україні виникли і продовжують існувати загрози економічній безпеці. Їх існування дає підстави говорити про складові економічної безпеки: макроекономічну, фінансову, зовнішньоекономічну, інвестиційну, науково-технологічну, енергетичну, виробничу, демографічну,

соціальну та продовольчу безпеку.

Аналізові зазначених вище складових економічної безпеки присвячено чимало робіт відомих українських дослідників. Передусім це роботи таких авторів, як А. Базиліук, О. Беляєв, О. Білорус, В. Геєць, В. Кириленко, А. Колот, Е. Лібанова, В. Савчук, А. Чухно, З. Варналій, І. Кукурудза та інші.

Однак проблема економічної безпеки держави є досить складною і потребує подальшого дослідження з метою досягнення більш суттєвих загальнотеоретичних результатів і практичних рекомендацій.

Найгострішими проблемами сьогодення у сфері забезпечення національної безпеки взагалі і економічної зокрема є: необхідність суттєвого посилення фінансової безпеки і максимального поліпшення інвестиційного клімату; досягнення реального економічного зростання та утворення ефективної системи соціального захисту населення; посилення трудоворесурсної безпеки; підвищення рівня продовольчої безпеки держави; створення надійних гарантій техногенної, екологічної та технологічної безпеки, розвитку науково-технічного потенціалу; посилення енергетичної безпеки; забезпечення інформаційної безпеки держави; підвищення рівня конкурентоспроможності держави з урахуванням національних інтересів за всіма складовими зовнішньоекономічної безпеки.

Узагальнення думок учених і експертів щодо джерел виникнення загроз економічній безпеці дає змогу стверджувати, що головна загроза полягає у відсутності цілеспрямованої політики державного регулювання економічними процесами в контексті реалізації стратегій соціально-економічного розвитку країни. Основне завдання держави в контексті забезпечення економічної безпеки - створення такого економічного, політичного та правового середовища й інституційної інфраструктури, які б стимулювали найбільш життєздатні підприємства, інвестиційні процеси, виробництво перспективних конкурентоспроможних товарів.

Більш детально розглянемо такі складові економічної безпеки як фінансову та продовольчу безпеку України. Нагальність зміцнення системи фінансової безпеки в Україні обумовлюється існуючими недоліками у фінансово-економічній сфері, а саме: розладом фінансів держави, місцевого самоврядування та приватних підприємницьких структур, що, зокрема, проявляється в недосконалості міжбюджетних відносин та дефіцитності бюджетів усіх рівнів; втратами внутрішньої та зовнішньої платоспроможності, яка загрожує банкрутством; послабленням контролю у сфері розрахунків між економічними агентами; загостренням кризи платіжної системи; нерозвиненістю фондового ринку; домінуванням негрошових відносин в економіці; "втечею" національного капіталу за кордон; втратою довіри населення до національної грошової одиниці тощо. Однією з найсуттєвіших загроз фінансовій безпеці є істотна виснаженість ключових джерел фінансових ресурсів - прибутку суб'єктів господарювання, доходів бюджетів усіх рівнів, амортизаційних відрахувань, ресурсів цільових фондів та ін.

Подальше зміцнення фінансової безпеки повинно базуватися насамперед на врахуванні провідної ролі фінансів у забезпеченні функціонування

економіки. Практика господарювання останніх років свідчить про те, що внаслідок розриву між реальним і монетарним секторами економіки відбувається все інтенсивніший відтік коштів із виробничої сфери до фінансово-кредитної.

В організаційному аспекті дедалі важливішою запорукою дотримання економічної безпеки України стає узгодженість взаємодії державного, комунального та приватного сегментів фінансової сфери національного господарства та забезпечення керованості кожного з них. Відтак досягнення позитивного впливу фінансового сектора на реальну економіку мусить передбачати пріоритетне спрямування фінансових потоків у розвиток тих галузей, які, по-перше, забезпечують економічне зростання за рахунок переважаючого використання відтворюваних ресурсів та наукоємних процесів, а по-друге, спроможні реалізувати сукупність притаманних економіці України об'єктивних конкурентних переваг.

Певні загрози забезпеченню фінансової безпеки становить загострення проблеми грошового обігу загалом і позабанківського зокрема. Неадекватність протидії тінізації грошово-кредитної сфери і позабанківського грошового обігу є одним із чинників платіжної кризи, гальмування можливостей переведення національного господарства на шлях стабілізації та забезпечення економічного зростання.

Виходячи з вищезазначеного, зростає необхідність запровадження комплексу заходів, спрямованих на усунення недоліків в управлінні грошовою сферою і забезпечення протидії тінізації та криміналізації грошового обігу. Потребує нагального розв'язання проблема недостатності грошової маси в легальному обороті з одночасним її скороченням у тіньовому обігу. Актуальним завданням подальшого розвитку грошового обігу в Україні залишається необхідність подолання його доларизації.

Розв'язання названих проблем повинно супроводжуватися спрямуванням зусиль фіскальних та інших центральних органів у бік пом'якшення податкового тиску на офіційну економіку. Не менш актуальною проблемою економічної безпеки є забезпечення належного стану аграрного сектора. За останні роки рівень продовольчої безпеки України знизився до критично небезпечної межі. За калорійністю та якісним складом раціону харчування Україна перейшла від рівня розвинених країн (3300-3800 ккал) до порогу продовольчої безпеки (2500 ккал), а за споживанням протеїнів тваринного походження опинилася нижче цього порогу.

Сільське господарство - єдине серед основних галузей національної економіки залишається збитковим протягом останніх років, внаслідок чого знизилася можливість для розширеного відтворення. Капітальні вкладення в АПК за рахунок усіх джерел фінансування за 2001-2010 рр. скоротилися в дев'ять разів, а в сільське господарство - майже в 20 разів. Трудовий аграрний потенціал використовується з низькою ефективністю, а продуктивність праці в аграрному секторі має сталу тенденцію до зниження, її рівень в 10 разів нижчий за відповідні показники розвинених країн. Порушення товарно-грошових відносин та зростання диспаритету цін зумовило майже повну зупинку

відтворення основних виробничих фондів, їх фізичне зношення та неможливість технічного переоснащення сільського господарства. Коефіцієнт диспаритету цін сільського господарства та обслуговуючих галузей за останні 10 років зріс у шість разів. Україна втрачає свої позиції на світовому аграрному ринку і перетворюється з експортера в імпортера продовольства, зокрема такого стратегічно важливого, як продовольча пшениця та цукор.

Не втрачає актуальності проблема забезпечення якості продовольства, яке постачається на споживчий ринок, особливо з огляду на те, що значні території України постраждали від різних техногенних забруднень. Зниження рівня продовольчого споживання в кількісному і якісному вимірах є однією з причин зменшення природного приросту населення, тривалості його життя, погіршення інших показників життєдіяльності населення як головної продуктивної сили.

Потребує вирішення проблема контрабанди продовольства, яка несе загрозу не тільки економіці країни, а й здоров'ю населення. Вирішення зазначених проблем неможливе без створення дієвої законодавчої бази забезпечення належного рівня продовольчої безпеки України та сталого соціально-економічного розвитку аграрного сектора економіки.

Список використаних джерел:

1. Варналій З.С. Проблеми та шляхи забезпечення економічної безпеки України / З. С. Варналій // Економіка і управління. — 2005. - № 1. — С. 18-29.
2. Геєць В. М. Концепція економічної безпеки України / В. М. Геєць// Ін-т екон. прогнозування. — К.: Логос, 1999.— 56 с.

**ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
ДЕРЖАВИ, РЕГІОНУ,
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Збірник тез доповідей
Всеукраїнської науково – практичної заочної конференції

2 грудня 2011 р.

Технічний редактор Чабаненко Ю.А.
Оригінал-макет підготувала Герасименко О.М.

Підписано до друку «3»грудня 2011 р.
Формат 60x87/16. Папір офсетний
Гарнітура Times New Roman
Друк різнографічний. Ум. друк. арк. 16
Наклад 100 прим. Зам. №362

Видавництво: «Маклаут»
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців
Серія ДК №3014 від 11.08.2007 р.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашкевича, 39
Тел.. (0472) 45-99-84
E-mail: office@2upost.com

Друк: ПП Чабаненко Ю.А.
Україна, м. Черкаси, вул. О. Дашкевича, 39
Тел.. (0472) 45-99-84
E-mail: office@2upost.com

