

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

НАУКОВІ ПРАЦІ

НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

SCIENTIFIC WORKS
OF NATIONAL UNIVERSITY
OF FOOD TECHNOLOGIES

№ 41

Київ НУХТ 2011

У журналі опубліковано статті з результатами фундаментальних теоретичних розробок і прикладних досліджень у сфері економіки, менеджменту та маркетингу.

Рукопис статей попередньо рецензуються провідними спеціалістами відповідної галузі.

Для викладачів, наукових працівників, аспірантів, докторантів і студентів вищих навчальних закладів.

Articles with the results of fundamental theoretical developments and applied research in the field of economy, management and marketing are published in this journal.

The scripts of articles are reviewed beforehand by leading specialists of corresponding branch.

The journal was designed for professors, tutors, scientists, post – graduates and students of higher educational establishments.

Р е д а к ц і й н а к о л е г і я: д-р екон. наук, проф. О.Б. Бутнік-Сіверський; д-р екон. наук, проф. Т.А. Говорущко; д-р техн. наук, проф. В.С. Гуць; д-р хім. наук, проф. Л.С. Дегтярьов; д-р техн. наук, проф. В.Ф. Доценко; д-р екон. наук О.І. Драган; д-р екон. наук проф. А.О. Заїнчковський; д-р хім. наук, проф. С.В. Іванов (головний редактор); д-р техн. наук, проф. В.М. Ковбаса (перший заступник головного редактора); д-р біол. наук, проф. О.В. Карпов; д-р фіз.-мат. наук, проф. А.М. Король; д-р техн. наук, проф. А.П. Ладанюк; д-р техн. наук, проф. Л.В. Левандовський; д-р техн. наук, проф. В.М. Логвін; д-р техн. наук, проф. І.Ф. Малезик; д-р мат. наук, проф. М.А. Мартиненко, канд. екон. наук, доц. В.М. Марченко, канд. екон. наук, доц. М.А. Міненко; д-р екон. наук, проф. Т.Л. Мостенська (заступник головного редактора); д-р техн. наук В.І. Оболкіна; д-р техн. наук, проф. В.А. Піддубний; д-р хім. наук, проф. О.П. Перепелиця; канд. техн. наук, доц. Г.Є. Поліщук; д-р хім. наук, проф. О.М. Полумбрик; д-р техн. наук, проф. М.О. Прядко; канд. техн. наук, доц. Н.М. Пушанко; д-р техн. наук, проф. Г.О. Сімахіна; д-р екон. наук, проф. О.П. Сологуб; д-р техн. наук, проф. М.Д. Хоменко; канд. екон. наук, проф. Л.М. Чернелевський; д-р техн. наук, проф. О.Ю. Шевченко; канд. екон. наук, доц. О.О. Шеремет, д-р техн. наук, проф. П.Л. Шиян; д-р хім. наук, проф. М.Й. Штокало; канд. пед. наук, доц. Г.А. Чередніченко, Л.М. Закревська (відповідальний секретар).

E d i t o r i a l b o a r d: doctor of economic sciences, O. Butnik – Siverskyi; doctor of economic sciences, T. Govorushko; doctor of technical sciences, V. Huts; doctor of chemical sciences, L. Dehtyaryov; doctor of technical sciences, V. Dotsenko; doctor of economic sciences O. Drahan; doctor of economic sciences, A. Zainchkovskiy; doctor of chemical sciences, S. Ivanov (chief editor); doctor of technical sciences, V. Kovbasa (first deputy chief editor); doctor of biological sciences, O. Karpov; A. Korol; doctor of technical sciences, A. Ladanyuk; doctor of technical sciences, L. Levandovskyi; doctor of technical sciences, V. Logvin; doctor of technical sciences, I. Malezhyk; doctor of mathematical sciences, M. Martynenko; candidate of economic sciences, docent V. Marchenko; candidate of economic sciences, docent M. Minenko; doctor of economic sciences, T. Mostenska (deputy chief editor); doctor of technical sciences, V. Obolkin; doctor of technical sciences, V. Piddubnyi; doctor of chemical sciences, O. Perepelytsya; candidate of technical sciences, docent G. Polishchuk; doctor of chemical sciences, O. Polumbryk; doctor of technical sciences, M. Pryiadko; doctor of technical sciences, docent N. Pushanko; doctor of technical sciences, G. Simakhina; doctor of economic sciences, O. Sologub; doctor of technical sciences, M. Khomenko; candidate of economic sciences, L. Chernelevskiy; doctor of technical sciences, O. Shevchenko; candidate of economic sciences, docent O. Sheremet; doctor of technical sciences, P. Shyian; doctor of chemical sciences, M. Shtokalo; candidate of pedagogical sciences, docent G. Cherednichenko; L. Zakrevska (accountable secretary).

Адреса редакції: 01033 Київ-33, вул. Володимирська, 68, тел. 287-96-18.

Editorial office address: 01033 Kiev, 68 Volodymyrska st., tel. no. 287-96-18

Рекомендовано вченою радою НУХТ.

Протокол № 8 від 28.04.2011 р.

«Наукові праці НУХТ» включено в перелік наукових фахових видань України з технічних та економічних наук (Бюлетень ВАК України № 1, 2010) в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук.

«Scientific works of NUFT» is included into the list of professional editions of Ukraine of technical and economic sciences (Ballot-paper of Higher Attestation Commission of Ukraine №1, 2010), where the results of dissertations for scientific degree of PhD and candidate of science can be published.

ЗМІСТ

Економіка підприємства та соціальний розвиток

Відоменко О.І. Ефективність діяльності підприємств торгівлі 6

Сіднева Ж.К. Споживання паливно-енергетичних ресурсів підприємств харчової промисловості 11

Соломка О.М. Шляхи підвищення ефективності пенсійного забезпечення: світові тенденції 16

Ткаченко О.М. Обґрунтування наповнення соціального пакету працівника в сучасних економічних умовах 20

Гоменюк О.О. Розвиток інновацій як шлях до зростання української економіки 25

Москаленко В.О. Основні складові ефективної системи навчання на підприємстві в сучасних умовах 29

Бурлай О.І., Олійниченко О.М. Економічні аспекти перспектив реалізації рішення щодо формування мережі біогазових станцій в АПК України 33

Закревська Л.М., Бобко Д.С. Новітні технології підприємств агропромислового комплексу 36

Штанько Л.О., Вознюк О.М. Використання теорії обмежень для підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості 41

Мосійук І.П., Кудінова І.П. Формування та вдосконалення механізму інформаційно-консультаційної діяльності в інфраструктурі аграрного бізнесу 48

Малицька Н.П. Наукові засади інноваційного розвитку як складової формування конкурентоспроможності підприємств 52

Левченко Ю.Г. Аналіз інноваційної діяльності промислових підприємств Київської області 57

Іванюта Т.М. Сучасне бачення трактування сутності економічної безпеки підприємства 63

Сайганов А., Казакевич А. Современное состояние и перспективы развития сельского хозяйства республики Беларусь 68

Снігур Х.А. Сучасний стан інноваційної діяльності підприємств України 76

CONTENTS

Economics of enterprise and social development

Vidomenko O. Efficiency of trade enterprises activity 6

Sidneva Z. Use of fuel and energy resources by food industry enterprises 11

Solomka O. The ways of rising efficiency of the pension system: world tendencies 16

Tkachenko O. The content of social package of a worker in modern economic conditions 20

Gomeniuk O. Development of innovations as a way for the Ukrainian economy growth 25

Moskalenko V. Key components of the effective training system on the enterprise in modern conditions 29

Burlai O., Oliynychenko O. Economic aspects of prospects of decision realization on how to form the network of biogas stations in agricultural sector of Ukraine 33

Zakrevska L., Bobko D. New technologies at enterprises of agro-industrial complex 36

Shtanko L., Vozniuk O. Theory of constraints for increasing the effectiveness of food industry enterprises 41

Mosiiuk I., Kudinova I. Forming and development of the mechanism of information and consultative activity in the infrastructure of agrarian business 48

Malytska N. The scientific bases of innovation development as a part of the competitiveness of enterprises 52

Levchenko J. Analysis of innovation activity of Kyiv region industrial enterprises 57

Ivaniuta T. Modern concept of economic security of an enterprise 63

Saiganov A., Kazakevich A. Current state and prospects of development of agriculture in Belarus Republic 68

Snigur H. Modern state of innovative activity of Ukrainian enterprises 76

Менеджмент та стратегічне управління

- Драган О.І.* Науково-практичний підхід до впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту на підприємстві 81
- Крисанов Д.Ф.* Національна система технічного регулювання: діагностика, проблеми, розбудова 87
- Стахурська С.А.* Інвестиційні стратегії в аспекті організаційних змін 95
- Репич Т.А., Питель К.В.* Сучасний стан та перспективи розвитку логістики в Україні 100
- Осадча Г.Г.* Планування витрат на утримання і експлуатацію устаткування з використанням методів диференціації витрат 106
- Ганза І.В.* Формування принципів управління персоналом підприємств в сучасних умовах 112

Маркетинг

- Грищенко Д.Г.* Напрями кадрового маркетингу 116
- Ємцева Г.Ф.* Особливості формування цінової політики на підприємствах хлібопекарної галузі 121
- Капінус Л.В.* Теоретико-практичні основи інтернет-реклами: її переваги та недоліки 126
- Минко Л.М.* Аналіз підходів до оцінювання конкурентоспроможності підприємств 131
- Солом'янюк Н.М., Молдаховська Ю.В.* Адапційна система інтегрованих маркетингових комунікацій (АС ІМК) 137

Інтеграційні процеси

- Зайнчковський А.О., Кушніренко А.М.* Розвиток інтеграційного простору на ринку мінеральної води 141
- Петухова О.М.* Теоретичні засади створення інноваційних структур кластерного типу у харчовій промисловості України 144
- Степанець С.І., Скопенко Н.С.* Розвиток економіки України у контексті процесів глобалізації 149
- Кримська Л.О., Соколова Ю.О.* Роль міжгалузевого кластеру у посиленні ринкової влади корпорації 153

Administration and strategic management

- Drahan O.* Scientific and practical approach to implementation of international standards for management at an enterprise 81
- Krysanov D.* National system of technical regulation: diagnostics, problems, development 87
- Stahurska S.* Investment strategies in the aspect of organization changes 95
- Repich T., Pitel K.* Current state and prospects of logistics development in Ukraine 100
- Osadcha G.* Costs planning for equipment maintenance and exploitation using the methods of costs differentiation 106
- Ganza I.* Development of personnel management principles at enterprises in modern conditions 112

Marketing

- Gryshchenko D.* The hr-marketing trends 116
- Yemtseva G.* Peculiarities of pricing policy forming on baking industry enterprises 121
- Kapinus L.* Theoretical and practical bases of internet-advertising: its advantages and disadvantages 126
- Minko L.* The analysis of approaches to evaluate enterprises competitiveness 131
- Solomianuk N., Moldahovska U.* Adaptive system of integrated marketing communication (AS IMC) 137

Integration processes

- Zainchkovskiy A., Kushnirenko A.* Development of integration space on the mineral water market 141
- Petukhova O.* Theoretical principles of the creation of cluster type innovative structures in the food industry of Ukraine 144
- Stepanets S., Skopenko N.* The development of Ukraine's economy in the context of globalization processes 149
- Krimskaya L.O., Sokolova Y.O.* The role of interbranch cluster in strengthening of corporation market power 153

Фінанси та фінансовий менеджмент			Finance and financial management
<i>Баталова О.А.</i> Корпоративні та конвертовані облігації підприємств — як засіб залучення інвестицій	159		<i>Batalova O.</i> Corporate and convertible bonds of enterprises as a way of bringing corporation investments
<i>Гнатенко О.А.</i> Актuarні розрахунки — основа забезпечення фінансової стійкості страхової компанії	164		<i>Gnatenko O.</i> Actuarial calculations as a basis of providing financial stability of the insurance company
<i>Духновська Л.М., Рябченко О.В.</i> Аналіз переваг та недоліків податкового кодексу України	169		<i>Duchnovska L., Riabchenko O.</i> The analysis of advantages and disadvantages of the tax code of Ukraine
<i>Еш С.М.</i> Методичне забезпечення антикризового управління фінансами підприємств	174		<i>Esh S.</i> Methodical support of crisis management of enterprises, finance
<i>Мартиненко В.П.</i> Методика розробки плану фінансового оздоровлення підприємства	179		<i>Martynenko V.</i> Methods of development of the plan of financial improvement at the enterprise
<i>Дем'яненко І.В., Мозолюк В.О.</i> Фінансовий стан підприємств спиртової галузі України	184		<i>Demianenko I., Mozoliuk V.</i> The financial state of the enterprise of the distillation industry of Ukraine
<i>Багацька К.В.</i> Перспективи застосування індикативного фінансового планування на підприємствах	188		<i>Bagatska K.</i> Prospects of using the indicative approach to the corporative financial planning
<i>Говорушко Т.А., Кроніковський Д.</i> Адаптивний контролінг як необхідність сучасного управління	194		<i>Govorushko T., Kronikovskiy D.</i> Adaptive controlling as a need for modern management
<i>Міненко М.А., Тур О.В.</i> Санація, реструктуризація, реорганізація як взаємопов'язані елементи антикризового менеджменту на підприємствах харчової промисловості	197		<i>Minenko M., Tur O.</i> Implementation of sanitation, restructuring, and reorganization as the elements of crisis management at food industry enterprises
<i>Погоріла І.І.</i> Проблеми фінансування відтворення основних засобів в харчовій промисловості Чернівецької області	202		<i>Pogorila I.</i> The problems of financing the renewal of fixed asset in the food industry of Chernovtsi region

УДК 339.3

О.І. Відоменко
Національний університет
харчових технологій

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

У статті зроблено спробу аналізу понятійного апарату термінів «ефективність», «результативність», «ефект». Розглянуто показники оцінки ефективності торгівельного підприємства, проаналізовано ефективність підприємств роздрібно́ї та оптової торгівлі за період 2006 – 2008 рр.

Ключові слова: ефективність, ефект, результативність, продуктивність, торгівельна діяльність, економічна ефективність, соціальна ефективність.

The attempt of analysis of concept vehicle of terms «efficiency», «effectiveness», «effect», is done in the article. The indexes of estimation of efficiency of point-of-sale enterprise are considered, efficiency of enterprises of retail and wholesale trade is analysed for period 2006 – 2008 years.

Key words: efficiency, effect, effectiveness, productivity, point-of-sale activity, economic efficiency, social efficiency.

Категорія ефективність є наріжним каменем економіки, як науки про використання обмежених ресурсів для найповнішого задоволення потреб суспільства. І хоча управління ефективністю підприємства походить ще з класичної управлінської моделі, ефективність залишається ключовою, серцевинною проблемою економіки навіть в умовах ринкових відносин, коли акценти в управлінні змістилися з внутрішніх складових підприємства на зовнішнє середовище (з раціонального використання ресурсів на вивчення попиту, гнучку асортиментну політику, конкурентоспроможність і т.п.).

І попри все це економіку, насамперед, називають наукою про ефективність. Тому правильне розуміння цієї категорії, уміння точно її визначати і розраховувати, відшукувати все нові резерви для її підвищення залишається надзвичайно актуальним питанням.

Питання визначення взаємозв'язку між поняттями «результативність» та «економічна ефективність» недостатньо висвітлені в економічній літературі, лише частково досліджені у працях А.Н. Тищенко, Н.А. Кизима, Л.В. Догадайло, А.Г. Поршнева. Вагомий внесок щодо висвітлення цієї проблеми було зроблено П. Друкером.

Однак нечіткість трактування цих категорій та практично відсутність їх розгляду щодо торгівельної діяльності обумовили необхідність проведення такого дослідження.

В економічній літературі повсюдно вживається термін «ефективність». Існують традиційні методики для визначення індивідуальних показників ефективності промислового підприємства, які «перекочують» із підручника в підручник. І в той же час в цих роботах зустрічається доволі різне трактування самого терміну «ефективність», оскільки його підміняють терміном «результативність», «продуктивність» і т.п. Тому перша ціль, яка ставилася в процесі дослідження — це з'ясування понятійного апарату даних категорій.

Крім того, зроблено уточнення показників оцінки ефективності підприємства торгівлі, оскільки воно має відмінності в характері діяльності, порівняно з промисловим підприємством. А також розглянуто стан та динаміку фінансових результатів підприємств торгівлі за останні роки.

Досить часто термін «ефективність» підміняють терміном «результативність». Проте, результативність — це отриманий результат; а цей термін трактують як міру точності виконання поставлених завдань. Коли ж говорять про ефективність, розуміють не просто отриманий результат, а ефект від цього результату, тобто порівняння отриманого результату та затрачених на його отримання ресурсів. Тому під ефективністю

розуміють відносний показник, який потрібно порівнювати із нормативами, середньогалузевими показниками, попередніх років тощо.

Ефективність в перекладі з латинської (*effectus*) означає дієвість, результативність, продуктивність. Саме ці лінгвістичні невідповідності вносять нечіткість в трактування цих термінів. У літературі є навіть спроба пояснити ефективність як рівень відповідності результатів якої-небудь діяльності поставленим завданням. Хоча, не можна погодитися з тим, що рівень відповідності результатів поставленим цілям є ефективність, це скоріше результативність діяльності. І відбувається підміна термінів «ефективність» і «результативність».

Слово «ефективність», яке вживається у працях науковців на пострадянському просторі, в англійській мові має два прототиби: «*efficiency*» та «*effectiveness*». Тому при перекладах, досить часто виникає плутанина. Більше того, в іноземній літературі щодо ефективності бізнесу використовуються обидві ці категорії. Тому постало питання їх адекватного перекладу.

Термін «*efficiency*» радять розуміти, як раціональність, хоча її перекладають саме як ефективність. Тоді як термін «*effectiveness*» перекладають як результативність, або ж продуктивність. О. Проценко [4], дав більш уточнююче трактування цих категорій: «*efficiency*» — ефективність, тобто вміння робити дії правильно (*to do the things right*), а «*effectiveness*» — продуктивність, вміння робити правильні дії (*to do the right things*) для досягнення очікуваного результату. Тобто, «*efficiency*» категорія спрямована на процес, а «*effectiveness*» — на результат.

Таким чином, перший термін виражається співвідношення між отриманим результатом і необхідними для його досягнення ресурсами. Це, так би мовити, внутрішній параметр функціонування, який використовується для оцінювання економічності роботи підрозділів та організації в цілому.

А термін «*effectiveness*» використовується для визначення міри досягнення організацією її мети. Отже, цей термін більш повно характеризує успішність роботи, відображаючи не лише економічність виробництва продукції та послуг, а й характеристики взаємодій із зовнішнім середовищем, яке суттєво впливає на розвиток організації.

Як було зазначено вище, в перекладі з латинської термін «*effectus*» означає ще й продуктивність. Але в даному разі мова йде не про продуктивність праці, а про продуктивність всієї системи. Саме категорія «продуктивність системи» широко вживана у зарубіжній літературі, на відміну від вітчизняних публікацій (за виключенням праць з менеджменту). В останніх в переважній більшості — використовується категорія «ефективність» [1. 2]. Термін «продуктивність системи» виробництва і обслуговування, який поширений у країнах з розвинутою ринковою економікою, трактують як ефективне використання ресурсів (праці, капіталу, землі, матеріалів, енергії, інформації) при виробництві різноманітних товарів та послуг. Отже, ефективність виробництва і продуктивність системи, в такому трактуванні, є за своєю сутністю термінами-синонімами, які характеризують одні й ті ж результативні процеси. При цьому слід усвідомлювати, що загальна продуктивність системи є поняттям набагато ширшим, ніж продуктивність праці чи прибутковість виробництва.

Зосередимося на аналізі категорії «ефективність». Оскільки, ефективність результатів діяльності правильно трактувати, як максимальний ефект отриманий з мінімальними затратами, то економічний зміст ефективності полягає у збільшенні позитивного результату (ефекту) з одиниці витрат сукупної праці. Категорія «ефективність» на рівні підприємства характеризує зв'язок між величиною отриманого результату його діяльності і кількістю інвестицій або витратених у процесі виробництва ресурсів.

Підвищення ефективності можна досягти або шляхом використання меншої кількості ресурсів для створення такого ж результату, або ж шляхом створення більшого результату при використанні тієї ж кількості ресурсів чи більшого результату при відносно меншій кількості затрачених ресурсів.

Необхідно відмітити, що за весь час свого існування термін «ефективність» завжди вживався у контексті «ефективність виробництва». Отже в цілому «ефективність виробництва» являє собою комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва і робочої сили за певний проміжок часу.

Ефективність системи в цілому визначається ефективністю найслабшої її ланки. Проте без ефективності бізнесу (чи корпорації), взагалі, це буде лише набір окремих видів ефективності. Необхідно пам'ятати, що поряд з окремими видами господарських ефектів в процесі ефективної діяльності підприємства чи бізнесу утворюється синергетичний ефект, як інтеграцію сукупності ефектів.

Ставлячи за мету з'ясування сутності ефективності, необхідно дати визначення таких понять як: результат діяльності та ефект. Результат, в перекладі з латинської (*resultatus*) — відображений, в перекладі з французької, — наслідок чого-небудь. Отже, результат — це не завжди досягнення поставленої мети. Результат може бути як позитивний, так і негативний. Так, випуск браку є, хоча і негативним, але результат.

Ще важче з визначенням терміну «ефект». С. Покропивний [1] вказує на те, що «ефект» — це корисний (позитивний) результат діяльності, і що абсолютна величина ефекту не вказує на ступінь результативності роботи підприємства. Проте в перекладі з латинської *effectus* означає: 1) результат якої-небудь дії, 2) враження, яке справляється на кого-небудь ким-небудь/чим-небудь; 3) засіб створення сильного враження (впливу).

Торговельна діяльність є різновидом підприємницької діяльності, і відноситься до сфери надання послуг. Тому у сфері цієї діяльності, ефективність може виявлятися, як і в інших сферах підприємницької діяльності, зокрема у формах економічного та соціального ефекту.

Під економічним ефектом розуміють корисний результат економічної діяльності, що вимірюється як різниця між грошовими доходами від такої діяльності та грошовими витратами на її здійснення. Економічна ефективність розраховується як співвідношення між грошовими доходами від певної економічної діяльності та грошовими витратами на її здійснення.

Під соціальним ефектом розуміють корисний результат будь-якої економічної діяльності, що відображається у створенні умов для задоволення основних соціальних потреб та цілей суспільства. Соціальна ефективність визначається як відповідність результатів господарської діяльності основним соціальним потребам і цілям суспільства.

Функціонування будь-якого торговельного підприємства має спрямовуватися на задоволення потреб людей, тобто забезпечення соціального ефекту; водночас діяльність підприємства в умовах ринку підпорядковується цілям отримання прибутку як єдиному довгостроковому фінансовому інтересу будь-якого суб'єкта господарювання, який відображає економічний ефект, що виникає завдяки використанню наявних у нього виробничих ресурсів, перш за все матеріально-технічної бази, трудових і фінансових ресурсів. Оскільки основою матеріально-технічної бази підприємства торгівлі є торговельні будівлі, а процеси продажу (реалізації) товарів споживачам здійснюються насамперед у торговельних приміщеннях магазинів, то діяльність з використання цих приміщень для забезпечення соціального та економічного ефекту торговельного підприємства може оцінюватися через систему показників ефективності його діяльності.

Однак торговельна діяльність має цілий ряд особливостей, які необхідно враховувати при формуванні показників ефективності.

Для оцінки ефективності діяльності підприємств роздрібної торгівлі застосовують комплекс показників (прямих та опосередкованих), які з урахуванням різних видів отриманого ефекту прийнято об'єднувати у групи: економічних показників; соціальних показників; техніко-технологічних показників.

Завдання визначення ефективності виникає в різних ситуаціях, і його раціональне вирішення в конкретних умовах передбачає застосування тих або інших підходів чи методик. Можна виділити такі загальні напрямки, за якими визначається ефективність:

1. Оцінювання ефективності виробництва з метою забезпечення оптимальної стратегії управління ним. При цьому насамперед досліджується ефективність використання ресурсів підприємства.

2. Оцінювання ефективності підприємства з метою визначення його привабливості як потенційного об'єкта інвестування. Таке оцінювання може здійснюватися самим підприємством, потенційним інвестором або ж для забезпечення об'єктивності — незацікавленою організацією.

3. Оцінювання ефективності підприємства на макрорівні з боку держави.

Проводячи оцінку економічної ефективності діяльності торговельного підприємства, необхідно враховувати ефективність діяльності такого підприємства в цілому та ефективність вкладання окремих ресурсів.

Економічні показники ефективності характеризують загальну результативність торговельної діяльності підприємства роздрібною торгівлі. Вони в значній мірі схожі з індивідуальними показниками діяльності промислового підприємства. До них, наприклад, відносять: обсяги прибутку підприємства, товарооборот у закупівельних та реалізаційних цінах, рівень валових доходів або витрат підприємства, показники рентабельності діяльності торговельного підприємства, показники ефективності використання основних засобів та оборотних активів підприємства тощо, хоча деякі з показників цієї групи можуть визначатися з «прив'язкою» до потужності, тобто торгової площі магазину (наприклад, роздрібний товарообіг на 1 м² торговельної площі).

До соціальних показників, наприклад, відносять: загальні втрати часу на одну купівлю, витрати часу на пошук товарів у торговому залі, на огляд і вибір товарів, на консультування покупців, на розрахунок за покупку, коефіцієнт завершеності покупок, кількість додаткових послуг, які надаються покупцям і т.п.

До техніко-технологічних показників ефективності відносять: частку площі торгового залу магазину в загальній площі магазину, частку товарних запасів, розташованих у торговому залі, у загальних запасах товарів, вартість товарних запасів, розташованих на квадратний метр торгового залу, розміри заставленої та демонстраційної площі, коефіцієнти заставленої та демонстраційної площі, коефіцієнт місткості обладнання та ін.

На підприємствах торгівлі оборотні засоби переважають над основними і займають більше, ніж 80 % у загальному об'ємі всіх засобів торгівлі. У складі оборотних засобів підприємства торгівлі чітко виділяються засоби, авансовані в товарно-матеріальні цінності. До них відносяться товари, виробничі запаси й інші товарно-матеріальні цінності. У свою чергу в товарно-матеріальних цінностях основну питому вагу займають товари.

Аналіз показав, що торгівля є однією з найрентабельніших галузей економіки, вона займає третє місце за обсягом іноземних інвестицій. Так, на початок 2009 р. у торговельну галузь надійшло 3718,4 млн.дол. причому лівова частка припадає на оптову торгівлю. За період з 2001 по 2009 р. обсяги інвестицій в оптову торгівлю зросли майже у 6 разів (з 540 млн. дол. США до 3150 млн. дол. США). На підприємствах оптової торгівлі різке зростання обсягів інвестицій спостерігалось у 2005 р. (на 150,1 %) та у 2007 р. (на 133,0 %). На підприємствах роздрібною торгівлі різке зростання обсягів інвестицій було відмічено у 2008 р. (на 205,0 %) [3]. Надходження інвестицій позитивно впливало на збільшення товарообігу в Україні. Скорочувався і оборот товарних запасів: з 48 днів у 2001 р. до 28 днів — у 2006 р. (хоча в 2008 році цей показник знову виріс до 38 днів, що стало наслідком зниження купівельної спроможності населення через світову фінансову кризу, яка почала проявлятися з вересня 2008р.).

Зростання обсягів інвестицій у торговельну діяльність призвело до зростання середнього показника площі магазинів. Так, за період з 2001 по 2006 рік середня площа приватних торгових підприємств виросла на 41 м²/од., тоді як комунальних та державних — скоротилася.

Таблиця. Динаміка рентабельності підприємств торгівлі за 2006 – 2008 рр.

Організаційно- правова форма підприємства	Валова рентабельність основної діяльності				Валова рентабельність чистого доходу від основної діяльності			
	Роки			Відхилення	Роки			Відхилення
	2006	2007	2008		2008/2007	2006	2007	
Продовольчий асортимент товарів								
Акціонерні товариства	0,263	0,579	0,112	−0,467	0,094	0,256	0,098	−0,158
Товариства з обмеже- ною відповідальністю	0,415	0,394	0,626	+0,232	0,270	0,259	0,347	+0,088
Приватні підприємства	0,060	0,063	0,073	+0,010	0,049	0,047	0,051	+0,004
Інші форми	0,177	0,186	0,164	−0,022	0,121	0,106	0,095	−0,011
Непродовольчий асортимент товарів								
Акціонерні товариства	0,245	0,307	0,235	−0,072	0,189	0,224	0,183	−0,041
Товариства з обмеже- ною відповідальністю	0,115	0,111	0,117	+0,006	0,087	0,080	0,069	−0,011
Приватні підприємства	0,209	0,197	0,169	−0,028	0,063	0,060	0,056	−0,004
Інші форми	0,209	0,111	0,172	+0,061	0,155	0,080	0,129	+0,49

Аналіз рентабельності основної діяльності та рентабельності чистого доходу підприємств торгівлі в Україні за продовольчим і непродовольчим асортиментом товарів за 2006 – 2008 роки показав наступне:

– показник валової рентабельності чистого доходу від реалізації дуже низький по підприємствах усіх форм власності, як по продовольчій, так і по непродовольчій групі товарів. Найвищі значення цього показника зафіксовані на товариствах з обмеженою відповідальністю. Незначний приріст цього показника у 2008 порівняно з 2007 роком спостерігався лише по продовольчій асортиментній групі у товариств з обмеженою відповідальністю та приватних підприємств;

– на підприємствах приватної форми власності непродовольчої групи показник валової рентабельності основної діяльності вищий, ніж продовольчої. Поясненням цьому є вищий рівень націнки, оскільки ці товари, як правило, мають більший термін придатності, що сприяє вищому рівню їх рентабельності.

Висновки. Вибір показників для аналізу ефективності діяльності торгового підприємства завжди залежить від цілей такого аналізу. Торгівля як одна з найрентабельніших галузей економіки займає третє місце за обсягом іноземних інвестицій, що відповідно сприяє зростанню обсягів товарообороту, а також розширенню площі магазинів. Проте валова рентабельність чистого доходу за період 2006 – 2008 рр. була на дуже низькому рівні.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Економіка підприємства: Підруч. / За ред.проф. С.Ф. Покропивного. — Київ: Вид-во «Хвиля-Прес», — 1995 — С.251.
2. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту: Навч. пос. / К.: «Кондор», 2006. — 664 с.
3. Покатаєва О.В. Оцінювання ефективності приватизації торговельних підприємств в Україні // Держава та регіони. — Серія «Економіка та підприємництво», 2009. — №6. — С.155 – 163.
4. Проценко О. Ефективність — це «зелене поле» з величезними перспективами для розвитку // <http://www.innovations.com.ua>

proekt-EP@meta.ua

Надійшла до редколегії 15.04.11 р.

УДК 621.311

Ж.К. Сіднева
Національний університет
харчових технологій

СПОЖИВАННЯ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЮ ПРОМИСЛОВІСТЮ

У статті проведено аналіз споживання основних видів паливно-енергетичних ресурсів в харчовій промисловості протягом 1990 – 2010 років.

Ключові слова: паливно-енергетичні ресурси, споживання, електроенергія, харчова промисловість, виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів.

In the article analysis of use of the basic kinds of fuel and energy resources in the food industry for the period of 1990 – 2010 is lead.

Key words: fuel and energy resources, consumption, the electric power, the food industry, manufacture of foodstuff, drinks and tobacco products

Серед багатьох проблем, які вимагають невідкладного вирішення, особливе значення має надійне забезпечення галузей економіки паливно-енергетичними ресурсами, підвищення ефективності їх використання. Україна відноситься до країн з дефіцитом власних природних енергетичних ресурсів, задовольняючи потреби за рахунок власного видобутку у природному газі на 20 – 25 %, нафті — на 10 – 12 % [4]. Тому проблема раціонального використання енергоресурсів промисловими підприємствами, і підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, зокрема, є особливо гострою і актуальною.

Питанням ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів приділено значну увагу в працях відомих вчених: В.М. Гесця, В.Ф. Бесєдіна, В.І. Мельника, І.В. Діяка, М.П. Ковалка [1], А.К. Шидловського [3] та багатьох інших. Особливості використання енергоресурсів в харчовій промисловості висвітлені в статтях В. Калініченка, С. Олійничука [2], В. Сосницького, Т. Кизюна та ін. У результаті досліджень сформовані засади енергетичної політики України, представлені напрями енергозбереження та економії витрат паливно-енергетичних ресурсів.

Зважаючи на актуальність викладених питань, метою статті є аналіз використання паливно-енергетичних ресурсів підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюну, розроблення заходів щодо підвищення ефективності використання енергоресурсів.

Харчова промисловість залишається стратегічною галуззю вітчизняної економіки, від якої залежить добробут населення. Її прискорений розвиток є важливою передумовою подолання кризових явищ і забезпечення сталого економічного розвитку. Основні функції харчової промисловості полягають у забезпеченні продовольчої безпеки країни, стабілізації ситуації на споживчому ринку, збільшенні надходжень до державного бюджету.

Харчова промисловість України налічує понад 22 тис. підприємств, що представляють 25 галузей і підгалузей, і на яких працює понад один млн. чоловік [6]. Питомою вагою реалізованої продукції виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у загальному обсязі реалізованої продукції в Україні у 2009 р. склала 19,8 % [5]. За цим показником вона займає одне із провідних місць і є потужним бюджетноформуючим джерелом. Галузь спроможна забезпечувати внутрішні потреби в продовольчих товарах, має значний експортний потенціал і позитивне сальдо зовнішньої торгівлі. Динаміка виробництва харчової продукції представлена на рис.1.

Приріст промислового виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 2010 р. порівняно з 2009 р. становив 2,9 %, у тому числі у виробництві напоїв —

5 %, олії та жирів — 6 %, у кондитерській та м'ясній промисловості — відповідно 3,9 % та 6,3 %. Разом з цим спостерігається зменшення виробництва у молочній промисловості (на 1,8 %), переробленні та консервуванні овочів та фруктів (на 6,1 %), тютюновій промисловості (на 10,4%).

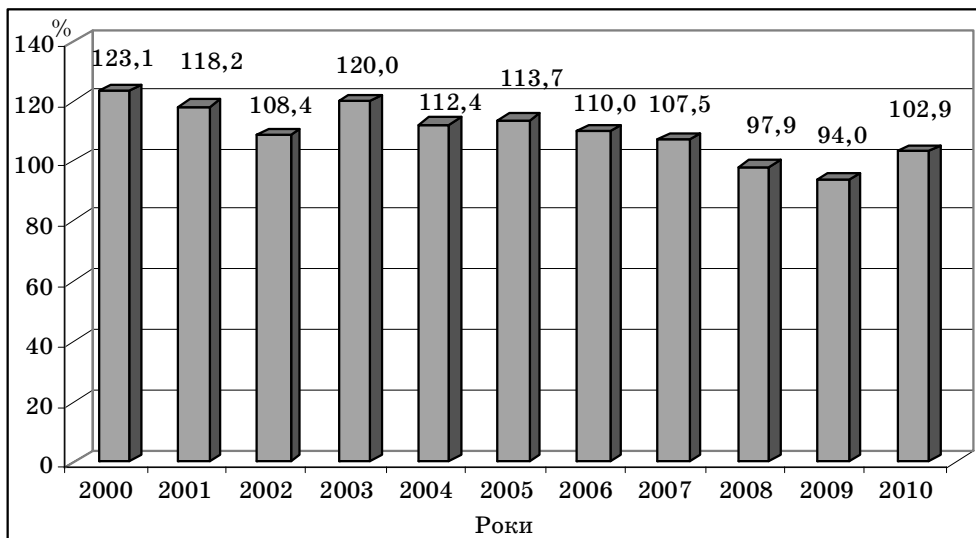


Рис. 1. Динаміка темпів росту виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (у % до попереднього періоду)

Побудовано на основі [5,6].

Одним із основних шляхів покращення ситуації, що склалася є надійне забезпечення галузі паливно-енергетичними ресурсами. Підприємства з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів в останні роки щорічно споживають в середньому 2 – 3 млн.т умовного палива (млн. т у.п.), 4 – 4,5 млрд. кіловат годин електроенергії (млрд. кВт. год.), 10 – 14 млн. гікалорій теплоенергії (млн. Гкал). Частка споживання теплоенергії галузями харчової промисловості серед галузей економіки України у 2009 р. склала 12,0 %, електроенергії — 4,3 %, котельно-пального палива — 2,1 %. За період з 1990 р. питома вага галузей харчової промисловості за всіма видами палива зменшилась у загальних обсягах їх споживання економікою країни. У структурі собівартості продукції харчової промисловості частка паливно-енергетичних ресурсів складає понад 20 %.

Підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів у 2009 р. було використано 9,9 млн.Гкал теплоенергії, що на 16,1 % менше рівня 2008 р., 4,0 млрд.кВт.г електроенергії, або на 7,0 % менше, котельно-пального палива 2,0 млн. т у.п., що на 16,7 % менше, ніж у 2008 р. (рис.2,3,4).

Наведені дані ілюструють тенденцію скорочення використання котельно-пального палива. У 2009 р. підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів було використано котельно-пального палива в 5 разів менше, ніж у 1990 році.

За період з 1990 р. відбулися значні зміни в структурі споживання котельно-пального палива. Частка природного газу збільшилась з 40,6 % у 1990 р. до 80 % у 2009 р., але зменшилась частка нафтопродуктів (в якості КПП) з 55,8% до 4,5 %.

Майже 70 % спожитих нафтопродуктів складає топковий мазут. Із наведених даних видно, що за період 1990 – 2009 рр. зменшилось використання всіх видів котельно-пального палива: газу — в 2,5 рази; нафтопродуктів — у 58 разів; вугілля — у

4 рази, що обумовлено, головним чином, скороченням обсягів виробництва, низькою ефективністю використання енергоресурсів.

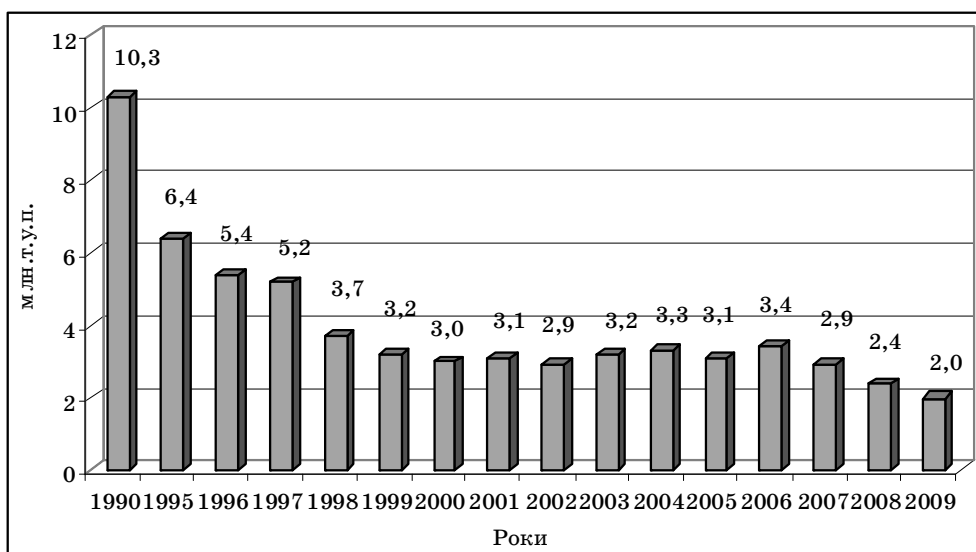


Рис. 2. Динаміка споживання котельно-пічного палива підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 1990 – 2009 рр.

Таблиця. Обсяги споживання котельно-пічного палива підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 1990 – 2009 рр., тис.т у.п.

	1990	2000	2005	2006	2007	2008	2009
Вугілля та продукти переробки	287	156	132	134	107	91	64
Газ	4192	2305	2657	2923	2419	2023	1629
Нафтопродукти	5756	468	138	109	104	88	98
Інші види КПП	83	73	146	195	221	212	245
Всього	10318	3002	3073	3361	2851	2414	2036

Складено за даними статистичної форми 11 МТП за відповідні роки

За період з 1990 р. споживання електроенергії підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів зменшилося майже в 2 рази. З 2001 р. має місце повільне зростання споживання електроенергії (рис. 3).

Наведені дані свідчать про значні коливання споживання теплоенергії. За період з 1990 р. використання теплоенергії зменшилося майже в 4 рази, а порівняно з 2008 р. зменшилось на 16,1 %.

Підприємства галузі на 54 % забезпечені електроенергією з енергосистеми і на 46 % — від власних ТЕЦ. Комбіновану теплову та електричну енергію виробляють, в основному, в цукровій промисловості (97 %), але лише у виробничий період, незначну кількість — в спиртовій (3 %). У харчовій промисловості розвинених країн (Данії, Німеччині) комбіноване виробництво теплової та електричної енергії широко використовується також в олійножировій, пивобезалкогольній та інших галузях. Такі схеми енергозабезпечення за техніко-економічними розрахунками вчених більш економічні, ніж при роздільній схемі виробництва тепла та енергії. При цьому економія палива становить близько 10 % [1].

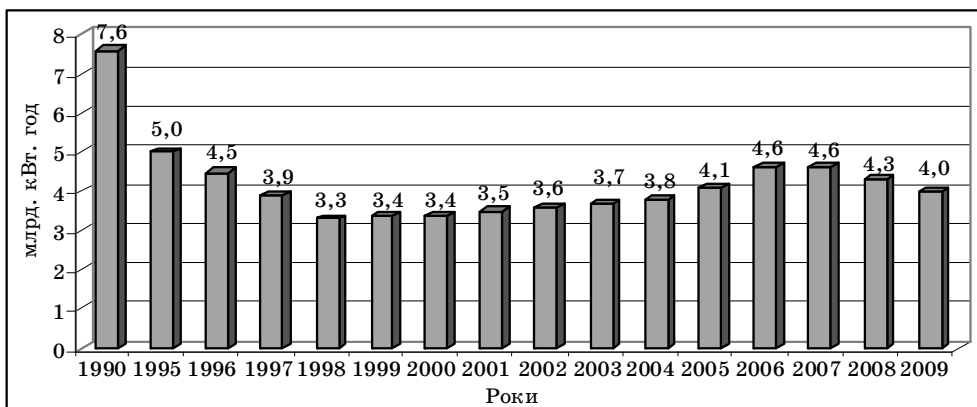


Рис. 3. Динаміка споживання електроенергії підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 1990 – 2009 рр.

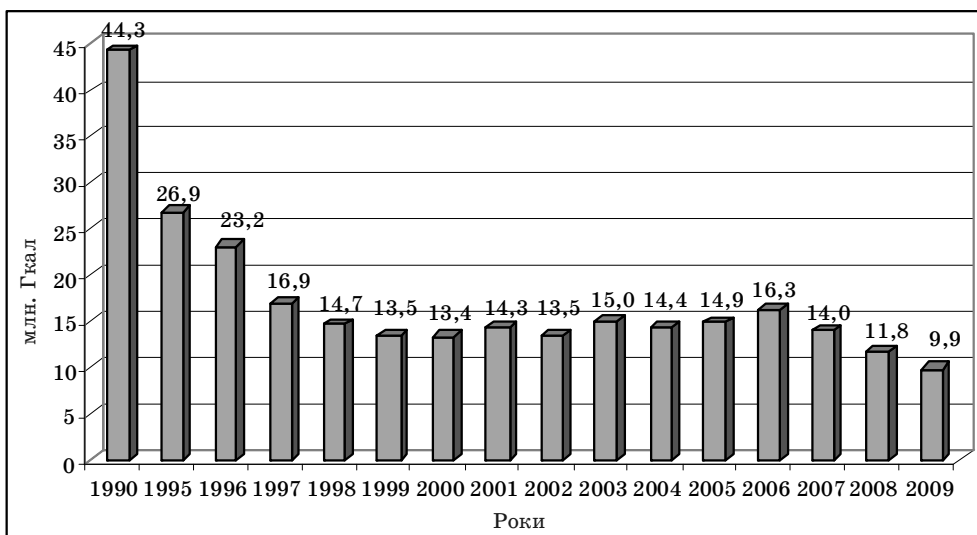


Рис. 4. Динаміка споживання теплоенергії підприємствами з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів за 1990 – 2007 рр.

На основі аналізу питомих витрат паливно-енергетичних ресурсів до найбільш енергоємних процесів у харчовій промисловості можна віднести виробництво хліба та хлібобулочних виробів, кондитерських виробів, продукції з незбираного молока, консервів м'ясних, молочних та плодоовочевих, олії, ковбасних виробів, борошна і крупи, масла тваринного, сирів, спирту етилового та іншої продукції. За період, який розглядається, майже за всіма цими процесами питомі витрати тепла та електроенергії, котельно-пічного палива зменшуються. На найближчу перспективу очікується збереження цієї тенденції при зростанні обсягів виробництва за рахунок зменшення частки умовно-постійних витрат, загальні витрати паливно-енергетичних ресурсів скорочуватимуться (при інших рівних можливостях).

На підприємствах з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів розробляються і реалізуються енергозберігаючі технологічні заходи. Так, наприклад, фахівці вважають, що завдяки застосуванню передових енергозберігаючих

технологічних заходів, впроваджених на спиртових заводах, на кожному підприємстві можна зменшити питомі витрати теплової енергії на технологічні цілі майже на 10-15 % практично без додаткових капіталовкладень [2].

Висновки. До чинників, які суттєво вплинули на ситуацію, що склалася на сьогоднішній день в галузі, можна віднести загальнодержавне економічне становище; недосконале законодавство в сфері енергоефективності та енергозбереження; низька платоспроможність промислових підприємств; висока вартість енергоресурсів; недостатньо ефективне використання паливно-енергетичних ресурсів підприємствами; значна кількість застарілого обладнання та устаткування. У цих умовах необхідна реалізація таких заходів, як організація якісного обліку всіх видів енергоносіїв, поліпшення рівня експлуатації енергетичного обладнання, раціональний вибір палива та енергоносіїв, збільшення обсягів використання нетрадиційних джерел енергії.

Враховуючи нинішнє становище економіки України, стан технологічного обладнання, дефіцит палива та енергії, їх високу вартість та високі питомі витрати паливно-енергетичних ресурсів, необхідно заощаджувати паливно-енергетичні ресурси на всіх стадіях виробничого процесу шляхом впровадження інноваційних енерго- та ресурсозберігаючих технологій, принципово нових технологічних процесів та енергоощадного технологічного обладнання для виробництва, зберігання та транспортування харчової продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ковалко М.П. Енергозбереження — пріоритетний напрямок державної політики України. — К.: УЕЗ, 1998. — 506 с.
2. Олійничук С., Кизюн Г., Кизюн Т. та ін. Оптимізація схеми теплових потоків спиртового заводу // Харчова і переробна промисловість. — 2010. — № 1. — С. 8 – 10.
3. ПЕК України на порозі третього тисячоліття / під заг. ред. А.К. Шидловського, М.П. Ковалка. — К.: УЕЗ, 2001. — 400 с.
4. Сіднева Ж.К., Молчанова І.В. Актуальні аспекти функціонування нафтогазового комплексу України // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць. — Вип.6. — К.: НДЕІ, 2009. — 194 с.
5. Статистичний щорічник України за 2009 рік / За ред. Осауленка О.Г. — К.: Державний комітет статистики, 2010. — 566 с.
6. www.ukrstat.gov.ua

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.11 р.

УДК 369.54:338.24.021.8

О.М. Соломка
Національний університет
харчових технологій

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

Досліджено проблеми формування, реформування та функціонування світових пенсійних систем в сучасних умовах. Запропоновано низку напрямків підвищення ефективності пенсійного забезпечення в Україні.

Ключові слова: соціальний захист, ефективність пенсійного забезпечення.

The problems of forming, reformation and functioning of the world pension systems in modern terms are explored. The row of directions for rise of efficiency of the pension providing in Ukraine is offered.

Key words: social protection, efficiency of the pension providing.

Необхідність перетворень в системі доходів населення і соціального захисту пов'язана із загальносвітовими тенденціями у сфері праці і демографічною ситуацією, що погіршується.

Будь-які структурні зміни не повинні поглиблювати наявні суперечності і проблеми, тому подальше реформування української пенсійної системи має базуватися на ґрунтовних наукових напрацюваннях і потребує врахування світового досвіду.

Дослідження проблем соціального захисту населення як одного з аспектів розвинутої ринкової економіки займають важливе місце в роботах численних учених і практиків в економічно розвинених країнах, в діяльності Міжнародної організації праці, Європейського союзу, Ради Європи, міжнародних фінансових організацій, таких як Міжнародний банк реконструкції і розвитку, Міжнародний валютний фонд.

Загальнотеоретичні основи формування і розвитку соціальної держави і системи соціального захисту населення закладені в роботах класиків економічної думки — А. Сміта, Дж. Кейнса, Ф. Хайєка, М. Фрідмена, Дж. Бьюкенена, А. Маршалла, А. Пігу.

Проблеми формування та функціонування пенсійного забезпечення як елемента системи соціального захисту населення в умовах ринкової трансформації розглядали в своїх роботах такі вчені: С. Архієреєв, А. Бабіч, Н. Барр, В. Баскаков, В. Геєць, Є. Гонтмахер, Г. Задорожний, Е. Лібанова, О. Палій, В. Роїк, С. Тютюнникова та інші.

Залишається відкритим питання щодо шляхів підвищення ефективності пенсійного забезпечення, яке виступає основним інструментом соціального захисту населення від ризиків старіння та інвалідності в умовах глобалізації та демографічних змін (старіння населення, низької народжуваності тощо). Таким чином, зазначена наукова проблема вимагає подальших досліджень за сучасних умов.

Метою даного дослідження є економічний аналіз розвитку і функціонування світових пенсійних систем, а також пошук шляхів подальшого ефективного і системного реформування пенсійної системи України, спрямованого на забезпечення рівня життя людей похилого віку та інших категорій громадян, які втратили працездатність, адекватного їх життєвим потребам, створення дієвих механізмів захисту прав та інтересів таких громадян; забезпечення стабільного функціонування та прозорості пенсійної системи.

Формування систем пенсійного страхування і соціального забезпечення пов'язане із затвердженням індустріальної моделі соціально-трудових відносин та відповідно з потребою в особливій системі захисту, соціальних ризиків, старості, інвалідності і втрати годувальника.

Можна виділити декілька основних можливих способів матеріального забезпечення людей похилого віку.

© О.М. Соломка, 2011

Таблиця. Способи матеріального забезпечення людей похилого віку

Способи матеріального забезпечення людей похилого віку	Загальність, гарантованість	Достатність коштів	Переваги	Недоліки
1. Продовження роботи	Для працездатних	У цілому — так	Вигідно для суспільства з фінансової точки зору	Складно для працездатних, позбавляє коштів непрацездатних
2. Забезпечення за рахунок родини	Для тих, хто мають родину і нормальні сімейні відносини	У цілому — так	Вигідно для суспільства з фінансової точки зору	Залежить від наявності родини, відносин у родині і сімейних доходів
3. Індивідуальні заощадження	Крім малозабезпечених і тих, хто втратив внески	В залежності від розміру заощаджень і тривалості життя в працездатному віці	Вигідно для суспільства з фінансової точки зору	Реальний розмір забезпечення залежить від тривалості життя
4. Пенсійне забезпечення	У цілому — так, але за певних умов	Як правило, на мінімальному рівні	Соціальні гарантії для всіх	Важкий фінансовий тягар для суспільства

Реалізація зазначених в таблиці способів матеріального забезпечення визначається цілим рядом факторів — як особистих (стан здоров'я, працездатність, вибір професії тощо), соціально-культурних (історичні традиції турботи про літніх людей, збільшення частки самотніх і старих в результаті війн тощо), так і економічних (рівень розвитку економіки і добробуту населення, інфляційні процеси тощо).

В. Роїк зазначає, що ступінь підтримки літніх людей свідчить про зрілість суспільних відносин, глибинні архетипи яких базуються на принципах взаємної підтримки людини людиною, відповідальності поколінь [4, с. 12].

Аналіз стану пенсійного забезпечення країн світу показує, що у розвинутих країнах воно займає провідне місце в доходах літніх людей. Так, до групи одинадцяти найбільших пенсійних ринків світу входять наступні країни: Австралія, Канада, Франція, Німеччина, Гонконг, Ірландія, Японія, Нідерланди, Швейцарія, Велика Британія та США. Їх пенсійні активи складають 85 % усіх пенсійних активів світу. Зокрема, пенсійні ринки США, Японії та Великої Британії є найбільшими і складають 61 %, 13 % та 9 % відповідно до загального обсягу пенсійних активів світу [1].

В той час у слаборозвинених економіках зберігається традиційний підхід, відповідно до якого, задача забезпечення людей похилого віку вирішується в рамках однієї родини. Окрім того, офіційні пенсійні системи слаборозвинених країн та країн, що розвиваються, охоплюють відносно невелику кількість людей, пенсійні накопичення дуже часто виплачуються до досягнення пенсійного віку або у формі одноразових виплат недостатнього розміру. Для порівняння, згідно звіту Світового банку «Погляд на пенсійні системи країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону», в країнах ОЕСР в середньому 70 % працюючого населення мають право на пенсію, у той час, як у країнах Південної Азії — тільки 7,5 %, а у Східно-Азіатських країнах — 18 % населення. Небагато країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону пропонують соціальні пенсії для забезпечення пенсійного доходу на рівні прожиткового мінімуму для тих осіб, які не були учасниками офіційних пенсійних систем [3].

Розвиток світових пенсійних систем і характер їх реформування обумовлений зрушеннями в соціально-демографічній структурі населення, змінами рівня його добробуту (доходів), а також умов внутрішньої і міжнародної конкуренції.

Як відомо, двома найголовнішими компонентами соціального забезпечення, є соціальне страхування і соціальні допомоги.

Розглядаючи бідність як відсутність можливостей, слід відмітити, що задоволення основних потреб і розширення можливостей підвищує у людей шанси на працевлаштування, сприяє зміцненню сім'ї і єдності суспільства, а також зменшує потребу. Люди не можуть сприяти підвищенню суспільного і особистого добробуту, якщо вони позбавлені відповідних можливостей і не можуть добитися задоволення своїх базових потреб. Це виправдовує державне втручання в подібні справи і фінансування медичних і освітніх послуг, а також оплату житла і продуктів харчування. Механізми соціального забезпечення здатні зіграти важливу роль у фінансуванні і доступності цих послуг. Соціальному страхуванню часто належить істотна роль у фінансуванні охорони здоров'я, а державні субсидії здатні підвищити доступність продуктів харчування, освіти і житла. Головна функція соціального страхування — допомогти людям у разі різних непередбачених обставин уникнути боргів і зробити домашні витрати більш передбаченими. Головні функції соціальних допомог, що виплачуються за рахунок податків, — допомагати домашнім господарствам не мати боргів і оплачувати наперед передбачені витрати.

З одного боку, в Україні має місце тенденція до зменшення частки заробітної плати в структурі доходів населення, тоді як частка соціальних допомог та інших поточних трансфертів зростає. З іншого — модель бідності, що склалася в Україні, є перш за все результатом низького рівня доходів від зайнятості.

Необхідно відмітити, що в Україні лише кожне п'яте домогосподарство серед отримувачів пільг є бідним (20,6 %), хоча по країні частка бідних становить 27 %. Бідні домогосподарства рідше отримують пільги порівняно з небідними (42,1 % проти 51,1 %), а також мають менший зиск від цієї програми — отримують у середньому на рік 431,2 грн. на одне домогосподарство проти 777,3 грн. серед небідних. Більшість програм соціальної допомоги населенню побудована переважно на засадах приналежності до певної категорії незалежно від доходу [2, с. 182].

Ще одна тенденція в сфері пенсійного забезпечення багатьох країн ЄС — посилення умов надання пенсій, зокрема за рахунок збільшення трудового стажу.

У той же час, практична реалізація пенсійних реформ зіткнулася з серйозними проблемами. Як і було слід чекати, питання про підвищення пенсійного віку виявилось вельми чутливим для суспільства. Звідси зростання соціальної напруженості, що вилилося в соціальні зіткнення і масові протести у Франції в жовтні 2010 р.

На жаль, поспішне введення накопичувальних систем в Україні за відсутності необхідної фінансової і інвестиційної інфраструктури, а також необхідної проінформованості населення може принести негативні результати.

В макроекономічному плані між розподільчими і накопичувальними пенсійними моделями, з точки зору рівня забезпечення пенсіонерів, різниці фактично немає, бо у будь-якому випадку основним питанням залишається розподіл доходів між активним населенням і пенсіонерами. Якщо зростають пенсійні доходи, відповідно збільшується навантаження на активне населення. Кількісно воно виражається в частці витрат на пенсійне забезпечення у ВВП. Її зниження може означати тільки одне — зниження рівня доходів пенсіонерів. В цьому значенні головним є те, щоб в суспільстві зберігалися умови, які забезпечують економічне зростання на основі підвищення продуктивності праці, і не порушувався соціальний характер розподілу доходів.

Висновки. Трансформація економічних і соціальних відносин, яка пов'язана з докорінною перебудовою соціально-економічного укладу суспільства, суттєво відбивається на стані добробуту населення.

Як показує досвід західноєвропейських держав, існування продуманої політики доходів не тільки дозволяє поліпшувати добробут громадян, розширює і зміцнює трудові ресурси країни, але і сприяє економічному зростанню і стабілізації політичної та соціальної ситуації в країні.

Зокрема, на ситуацію з доходами населення впливає:

глобалізація ринків праці, товарів і капіталу;

зміна пріоритетів в розміщенні фінансових активів, а саме — збільшення інвестицій у фінансові активи і зниження обсягів коштів, що направляються на розширення реального сектора економіки. Це, в свою чергу, негативно впливає на обсяги реального сектора виробництва, зменшуючи ресурси, що направляються на заробітну плату і всі види соціального страхування;

зміна соціально-трудова відносин, оскільки знижується частка зайнятих на умовах постійного найму і все ширше застосовуються гнучкі і неповні форми зайнятості — тимчасова і часткова;

старіння населення тощо.

Практичне значення отриманих результатів полягає в узагальненні зарубіжного досвіду формування пенсійних систем і порівнянні основних принципів політики доходів в розвинених країнах та історичного досвіду з тими, що існують в державах з перехідною економікою. В свою чергу це дозволило сформулювати пропозиції щодо шляхів підвищення ефективності пенсійного забезпечення в Україні.

Розв'язати зазначені в роботі проблеми дозволить лише комплексний підхід, що поєднуватиме наступні напрямки:

структурні реформи ринку праці (підвищення мінімальної зарплати, зменшення поляризації заробітної плати і доходів, зменшення навантаження на фонд заробітної плати для роботодавців, виведення заробітної плати із тіні тощо);

економічні реформи, які будуть направлені на стимулювання конкуренції і інновацій, а також на збільшення темпів зростання продуктивності праці;

адаптація вже існуючих соціальних механізмів до ринкових відносин і їх розвиток в нових умовах;

заохочення розвитку недержавних пенсійних фондів.

Від вирішення задачі формування ефективної системи пенсійного страхування і забезпечення залежить досягнення гідної якості життя населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Міжнародні тенденції: ринки доводять надійність диверсифікації // Міжнародний пенсійний вісник USAID. — 2009. — №2. — С. 1.
2. Новий курс: реформи в Україні. 2010 – 2015. Національна доповідь / За заг. ред. В.М. Гейця та ін. — К.: НВЦ НБУВ, 2010. — 232 с.
3. Організація економічного співробітництва та розвитку: офіційний сайт. — Режим доступу: <http://www.oecd.org>.
4. Роик В. Как заработать достойную пенсию // Человек и труд. — 2009. — №2. — С. 12 – 15.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.11 р.

УДК: 331.34

О.М. Ткаченко
Національний університет
харчових технологій

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПОВНЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАКЕТУ ПРАЦІВНИКА В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

У статті розглянуто основні складові соціального пакету та підходи щодо його формування. Досліджено ефективність надання соціальних послуг та благ на вітчизняних підприємствах. Обґрунтовано суть соціального пакета як механізму мотивації трудової діяльності. Визначено оптимальний метод впровадження соціальних пакетів на підприємствах.

Ключові слова: Соціальний пакет, додаткові соціальні пільги та блага для працівників, мотивація трудової діяльності, соціальне забезпечення працюючих.

In the article the basic constituents of social package and approaches are considered in relation to his forming. Investigational efficiency of grant of social services and blessings on domestic enterprises. Grounded essence of social package as to the mechanism of motivation of labour activity. Certainly optimum method of introduction of social packages on enterprises.

Keywords: Social package, additional social privileges and blessings, for workers, motivation of labour activity, public welfare of workings.

Економічний розвиток країни визначається економічним зростанням її суб'єктів, серед яких перше місце займають суб'єкти господарювання — підприємства. У свою чергу сталий а стабільний розвиток підприємств залежить від трудових ресурсів — ефективності їх роботи, сумлінності ставлення до виконання трудових ресурсів та зацікавленості в загальних результатах роботи підприємства в цілому. Тому посадові особи будь-якого підприємства за мету своєї діяльності повинен ставити створення необхідних умов для продуктивної праці персоналу. Однією з передумов досягнення поставленої мети є мотивація трудової діяльності працівників, яка в сучасних економічних умовах проявляється через надання працівникам послуг, пільг та благ в межах соціальних пакетів.

В умовах економічної кризи, знецінення грошової валюти, росту інфляції та дефіциту для більшості населення заробітна плата втратила свою відтворювальну та стимулюючу функції і фактично перетворилася на різновид соціальних виплат, не пов'язаних з кількістю, якістю та кінцевими трудовими результатами. У цих умовах як ніколи актуальним стає соціальний пакет, який формується відповідно потребам співробітників та цілей роботодавців, з врахуванням принципів конкурентоспроможності на ринку праці.

Проблеми організації та удосконалення системи оплати праці та матеріального стимулювання досліджували такі вітчизняні та зарубіжні вчені-економісти як М. Білуха, Н. Болотіна, Ф. Бутинець, Дж. Данлоп, А. Колот, К. Мікульський, Р. Рішар, У. Тейлор та інші.

Система соціальних пільг і гарантій у структурі загальної винагороди з'явилася у 1970-х роках у великих американських і, дещо пізніше, європейських корпораціях у зв'язку зі зростаючою необхідністю залучення та утримання кваліфікованого персоналу.

Керівники підприємств і сьогодні все активніше запроваджують для працівників соціальні пакети, що з одного боку, є однією з форм винагороди за працю, а з іншого — надають підприємствам додаткові конкурентні переваги підприємствам в боротьбі за висококваліфікованого працівника.

Метою статті є дослідження значення соціального пакета, його складових, обґрунтування його наповнення та визначення оптимального методу впровадження.

© О.М. Ткаченко, 2011

Відомо, що соціальний пакет — це винагорода не фінансового характеру за працю, яку здійснює роботодавець понад встановлені законодавством норми. Ця винагорода може надаватися у вигляді пільг, компенсацій, привілеїв і соціальних гарантій.

Оскільки структура та зміст соціального пакету підприємства чітко не визначені жодним нормативним актом, тому перелік послуг та порядок надання працівникам соціальних благ здійснює керівництво, яке видає накази про виділення коштів на такі потреби.

Соціальний пакет не передбачений трудовим законодавством України. З точки зору трудового законодавства, винагородою, яку за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану ним роботу, є заробітна плата. [2]

Блага, що входять до складу соціального пакета, розглядаються як елементи заробітної плати, що відносяться до додаткової заробітної плати й інших заохочувальних і компенсаційних виплат. Однак, треба наголосити, що заробітна плата, як правило, обчислюється в грошовій формі, а складові соціального пакета найчастіше є інструментом немонетарної або непрямой матеріальної винагороди.

Відповідно до ст. 9 – 1 Кодексу законів про працю України, підприємства, установи, організації в межах своїх повноважень і за рахунок власних коштів можуть встановлювати додаткові, порівняно із законодавством, трудові і соціально-побутові пільги для працівників.[1] Однією з таких пільг може бути надання працівнику соціального пакету.

У сучасних умовах в Україні система надання та наповнення соціальних пакетів носить стихійний та нефіксований характер. На тлі економічної та політичної криз в нашій країні склалася ситуація, якій характерне: значний рівень безробіття; влаштування на роботу «за знайомством»; згода кваліфікованих працівників «хоч на якусь роботу»; не виплата роботодавцями компенсацій, пільг, лікарняних; наявність «сірої» заробітної плати та ігнорування більшістю підприємств соціального пакету взагалі як явища.

У цій ситуації треба бути вдячним підприємствам навіть за те, що вони виконують норми трудового законодавства, не говорячи вже про надання додаткових благ, що є необов'язковими і які формують соціальний пакет.

Зміст соціального пакету може містити безліч послуг, пільг та компенсацій. Як правило, у соціальному пакеті виділяють три складові, а саме:

обов'язковий соціальний пакет — це заходи, що передбачені трудовим законодавством — загальнообов'язкове державне соціальне страхування; виплата працівнику належної заробітної плати, щорічна оплачувана відпустка, оплата листків тимчасової непрацездатності, відрахування в соціальні фонди, обов'язкове медичне страхування тощо;

конкурентний соціальний пакет — те, що роботодавець додає до зарплати співробітника за власним бажанням — пільгове чи безкоштовне харчування, добровільне медичне страхування, оплата спортивних заходів, надання корпоративного автомобіля, пільгові путівки;

компенсаційний соціальний пакет — це повернення працівнику особистих витрат, які він затрачає в процесі виконання своїх трудових обов'язків — оплата мобільного зв'язку, компенсація бензину й амортизації при використанні особистого автомобіля, часткове чи повне повернення витрат на навчання.

В узагальненому вигляді зміст конкурентного пакета можна подати як сукупність п'яти блоків:

забезпечення здоров'я (додаткове медичне страхування, послуги медичного пункту, оплата лікування та зубопротезування тощо);

розвиток корпоративної культури, навчання та підвищення кваліфікацій (оплата участі у тренінгах, семінарах, курсах з надання додаткових знань та підвищення кваліфікації, утримання дітей у дошкільних закладах, оплата навчання дітей тощо);

відпочинок та розваги (надання путівок, виплати до святкових та ювілейних дат, користування спортивними залами та клубами тощо);

компенсаційні виплати (оплата харчування, оплата транспортних витрат, відшкодування комунальних послуг тощо);

соціальний захист (пенсійне страхування, захист непрацюючих пенсіонерів, захист праці жінок, надання безвідсоткових кредитів тощо).

Для полегшення вибору складових соціального пакету доцільно проводити аналіз потреб працівників, які в змозі задовольнити соціальний пакет. Як правило, працівники відчують задоволення потреби в харчуванні, в підтримці здоров'я, у фізичному розвитку, у відпочинку. Також важливими є житлові та сімейні потреби. Важливість грошової підтримки, потреби в професійному розвитку працівника та заохочення приналежності працівників до підприємства є відносними, і в першу чергу, залежать від відносин між працівником та підприємством.

І роботодавці, і працівники очікують від соціального пакету різних результатів. Для працівника основним є: гідна винагорода та реалізація амбіцій; професійне зростання та особистий розвиток; належні умови праці та безпека; здоровий спосіб життя та профілактика; вирішення особистих проблем та соціальний статус, елементи престижу.

Роботодавець висуває вимоги до соціального пакету щодо: максимальної реалізації стратегічних цілей компанії; залучення персоналу в роботу організації; запобігання відпливу кваліфікованих працівників; ефективного управління персоналом; стимулювання певної виробничої поведінки та контрольованості витрат на персонал.

На формування та наповнення соціального пакету впливає велика кількість факторів. Одні фактори полегшують процес формування та роблять соціальний пакет змістовним та мотивуючим, інші, навпаки, — зменшують його та роблять не адекватним до сучасних реалій життя. В першу чергу, треба пам'ятати, що наповнення соціального пакету залежить від економічної ситуації в країні: чим вона краща, тим більше пропозицій надає підприємство у соціальному пакеті. Серед «позитивних» факторів можна виділити такі:

- сфера діяльності підприємства (промислова, підприємницька, дистриб'юторська, сфера послуг, банківська, наукова, управлінська та ін.);

- масштаби підприємства (кількість підрозділів, чисельність персоналу, обсяги виробництва, обсяги матеріальної бази та ін.);

- структура підприємства (принципи побудови організації виробництва, внутрішні зв'язки, субординація та статут, закритість або відкритість підрозділів та ін.);

- внутрішній клімат між працівниками (моральна та етична атмосфера на підприємстві, особистісні взаємовідносини, відданість праці, корпоративний дух та ін.);

- зовнішні фактори (політична стабільність, тип державного устрою, стан економіки країни, наявність громадянського суспільства та ін.).

З огляду на сучасний розвиток нашої держави можна виділити наступні фактори, які негативно впливають на наповнення соціального пакету:

- кризові економічні процеси в країні та коливання на валютному ринку;

- нестабільність податкової системи;

- слабке нормативно-законодавче забезпечення та недостатній контроль за дотриманням й виконанням законів, інших нормативно-правових актів;

- зростаючий спектр впливу «тіньової» економіки на основні процеси та відносини в країні;

- відсутність об'єктивних критеріїв оцінювання персоналу;

- застарілість системи трудових відносин — особливості менталітету частки персоналу, яка «вийшла з радянської системи»;

- демотивуючий стиль в управлінні («неписьмові» рішення);

- незнання працівниками чинного законодавства, своїх прав та обов'язків;

- трудова психологічна закомплексованість значної частки працюючих. [3]

У процесі еволюції відносин між працівником та роботодавцем було сформовано декілька підходів щодо формування соціального пакету для кожного працівника, які видозмінювалися під впливом розвитку суспільства. В сучасних умовах можна виділити такі методи формування соціальних пакетів:

1) наповнення пакету відбувається відповідно до стандартів законодавства й активів самого підприємства, та містить у собі базові пункти;

2) складові соціального пакету обираються співробітником, який має можливість зробити вибір на користь збільшення обсягу найбільш важливих для нього виплат та послуг за рахунок зниження обсягу інших;

3) пакет обирається працівником серед декількох запропонованих підприємством різноманітних пакетів виплат та послуг приблизно однакової вартості, але різних за «наповненням»;

4) матеріальні блага, що формують соціальний пакет працівника, визначаються ним самостійно в межах отриманих за результатами щорічної атестації кількості балів;

5) соціальний пакет формується окремо для певних категорій працівників того чи іншого підрозділу («рядових» співробітників, управлінців середньої ланки, топ-менеджерів, керівного складу тощо).

З огляду на це, на наш погляд, найбільш ефективним для працівників та доцільним для роботодавців, буде метод, який поєднує в собі елементи наведених підходів, і складається з наступних складових:

1) «базовий пакет», що поширюється на всі категорії працівників підприємства і є постійним додатком до оплати та мотивації праці. Він може включати мінімальний спектр пільг та компенсацій в залежності від потреб трудового колективу;

2) «додатковий пакет», що формується працівниками відповідно до набраних ними балів за результатами щорічної атестації їх професійних досягнень.

Таким чином, працівник, що тільки-но влаштувався на роботу отримує деякі додаткові соціальні блага, однак за умови бездоганного виконання своїх обов'язків та досягнення певних трудових й професійних результатів, йому будуть надані додаткові блага.

Але, такий метод формування та надання соціального пакету носитиме складний характер, що полягає в необхідності систематичного ранжирування та оцінюванні кожного працівника. Домінуючим параметром має виступати кількість балів та «бальна» вартість кожного зі складових соціального пакету. Вихідними факторами оцінювання особливостей посади можуть бути: тяжкість роботи, рівень кваліфікації, відповідальність, напруженість праці, досвід та стаж, займана посада, якість роботи тощо.

Обов'язковим складовим елементом формування соціального пакету за означеним методом має бути вільний вибір його складових. Якщо раніше працівникам пропонувався заздалегідь сформований набір спеціальних пільг і послуг, то останнім часом такі набори витісняються «гнучкими» соціальними пакетами, що надають працівникам свободу вибору тих або інших благ за їх вибором.

Впровадження соціального пакету за запропонованим нами методом вимагає залучення додаткового персоналу. Це можуть бути співробітники відділу кадрів або ж окремі спеціально створені відділи, до компетенції яких було б віднесено виконання консультативної та регулятивної функції щодо існування нової системи мотивації та компенсації на підприємстві, а саме: надання працівникам інформації щодо основних засад системи соціального забезпечення; висвітлення механізму функціонування системи надання соціального пакету та безпосередня робота з кожним працівником щодо формування його рейтингу та надання відповідного комплексу соціальних благ тощо.

Отже, використовуючи даний метод формування соціального пакету, підприємство має можливість вирішити декілька завдань. По-перше, працівники отримують за рахунок підприємства послуги та блага, які є найбільш необхідними для них. По-друге, підприємство стимулює працівників до належного виконання своєї трудової функції, і отримання якнайбільшої кількості балів. По-третє, підприємство, таким чином, здатне оптимізувати витрати на соціальні потреби, що і є основною перевагою даного методу.

Висновки. З огляду на означене вище видно, що соціальний пакет є потужним інструментом впливу на ефективність, тривалість і успішність трудових відносин

між працівником і роботодавцем. У той же час, соціальний пакет виступає мотиваційним інструментом, що інтегрує методи матеріального та нематеріального стимулювання праці, системою заходів, що дає можливість задовольнити потреби працівників і безпосередньо вплинути на процес виробництва.

Наповнення соціального пакету буде відбуватися значно легше та на більш високому рівні за умови застосування певних систематизованих методів. Головною умовою наповнення соціального пакету в Україні на будь-якому підприємстві є відповідність складових соціального пакету потребам працівників, та їх адекватність сучасним реаліям життя.

Треба пам'ятати, на ринку, де є багато пропозицій про роботу з однаковими умовами оплати праці, соціальний пакет стає визначальним фактором при виборі роботодавця.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-8
2. Закон України «Про оплату праці» від 24.03.95 № 108/95-ВР
3. Проект Концепції розробки та запровадження системи надання роботодавцями соціальних пакетів як складової соціального захисту працівників. // Міністерство праці та соціальної політики України. Державна установа науково-дослідний інститут соціально-трудових відносин. Луганськ, 2010. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://lir.lg.ua/>
4. Шоляк О.Ю. Розвиток соціально-трудових відносин: економічний, правовий та обліковий підходи // Науковий вісник Ужгородського університету. — 2010. — № 30. — С. 273 – 280.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 330.341.1

О.О. Гоменюк
Національний університет
харчових технологій

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙ ЯК ШЛЯХ ДО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Розвиток інновацій є важливою запорукою сталого зростання економіки країни. В статті проаналізований іноземний досвід розвитку інноваційної економіки, визначені передумови розвитку інновацій, стимули та напрямки інноваційного розвитку країни.

Ключові слова: розвиток інновацій, стимулювання інновацій, напрямки інновацій.

Development of innovations is the important prerequisite of the sustainable economic development. The article analyses foreign experience of innovative economy development, determines preconditions of innovation growth, incentives and areas of the innovative development of the country.

Keywords: development of innovations, incentives for innovations, areas of innovation

Майбутнє розвитку української економіки залежить від того, на яких засадах вона буде розвиватися — на основі звичайних методів екстенсивного розвитку традиційних галузей або шляхом побудови інноваційної економіки, яка дозволить більш ефективно використовувати існуючі ресурси, створювати нові види продукції та послуг та ставати більш конкурентоздатними на світовому ринку. Розвиток інновацій буде сприяти зростанню всієї економіки країни та покращенню життя людей.

Мета дослідження — проаналізувати іноземний досвід розвитку інноваційної економіки, визначити передумови розвитку інновацій, можливі стимули та напрямки інноваційного розвитку країни.

Інновацією можна вважати будь-яке нове застосування знань, у результаті якого створюється стійка додана вартість. Прикладами інновацій є нові процеси, продукти або технології, завдяки яким підвищилася продуктивність праці, з'явився новий ринковий сегмент або доступ до додаткових ресурсів.

Відповідно до цього інновації підрозділяються на управлінські та технологічні. Управлінські інновації створюються легше та швидше, проте в Україні поняття «інновації» найчастіше трактують занадто вузько, маючи на увазі лише створення нових технологій у нових галузях, хоча управлінські або технологічні інновації в традиційних галузях, таких як харчова промисловість або сільське господарство, не менш значимі. В дискусіях про інновації найчастіше згадуються біотехнології, інформаційно-комунікаційні технології, нанотехнології або альтернативна енергетика, але таке обмеження змісту інновацій не виправдано.

Неправомірність вузького тлумачення інновацій доводиться ще тим, що інновація — це цикл, і він увінчується очікуваними результатами, тільки якщо успішно пройдено всі його фази. Наприклад, цикл технологічних інновацій складається з п'яти стадій: фундаментальні наукові дослідження, прикладні дослідження, створення дослідного зразка, комерціалізація та масове виробництво інноваційного продукту. Наукові відкриття, якщо їх не перевести в практичну площину, самі по собі не створюють стійкої доданої вартості для економіки та громадян країни. Це значить, що державі, в якій є вчені, але немає підприємців, здатних побачити перспективи застосування наукового відкриття та довести винахід до виробництва, важко одержати стійку вигоду від лідерства в науці. У той же час, якщо країна успішно комерціалізує і впроваджує технологічні рішення, імпортовані ззовні, її економіка стає більш інноваційною. У свою чергу, розвиток внутрішнього попиту на інновації стимулює прикладні та фундаментальні дослідження.

© О.О. Гоменюк, 2011

Аналіз економічного розвитку різних країн показує, що найважливіші фактори інноваційного розвитку — це сприятливе підприємницьке середовище та конкуренція.

Бізнес завжди рухається по шляху найменшого опору: у першу чергу реалізуються проекти, що дають найбільшу та швидку віддачу. Конкуренція — один з головних стимулів розвитку підприємств, саме конкуренція може змусити їх освоювати управлінські та технологічні інновації. Змагаючись із конкурентами, компанія спочатку пробує підвищити ефективність доступними управлінськими та недорогими технологічними поліпшеннями, а вичерпавши їх, наважується на створення принципово нових рішень — масштабних інновацій, що вимагають часу, ресурсів і передових навичок управління. Однак якщо прибуток у цей момент простіше заробити за допомогою не інновацій, а адміністративного ресурсу, то компанії скоріше виберуть саме цей варіант — шлях найменшого опору.

Іноді стимулом для технологічних інновацій було держзамовлення на ті або інші технології. Так, багато років у СРСР і США попит військових відомств спрямовував розвиток науки, прикладні розробки та інноваційну діяльність компаній-виробників. Така модель високовитратна для держави, обмежена в галузевому охопті та не здатна створити в країні достатню кількість малих і середніх інноваційних компаній з їхньою підприємницькою ініціативою, які в основному та забезпечують економіці стійкий інноваційний прогрес.

США — перший приклад стійкої інноваційної економіки. Її формуванню сприяло сполучення потужного наукового потенціалу, сприятливого для бізнесу середовища, гострої конкуренції, а також масштабу економіки, що забезпечує високий внутрішній попит. Класичний «інноваційний регіон» — Кремнієва долина — виник у цих умовах природньо. Спочатку центром тяжіння став Стенфордський університет, що давав постійний потік ідей, але саме в Кремнієвій долині з її особливою підприємницькою культурою, простими правилами відкриття та ведення нового бізнесу можна було комерціалізувати ці ідеї та доводити їх до виробництва, перетворювати в нові продукти та тим самим формувати цілі нові галузі економіки. Держава не ставила спеціальної мети створити Кремнієву долину, вона лише грала свою звичну роль: фінансувала наукові дослідження, за рахунок держзамовлення (в основному військового) забезпечувала попит на високотехнологічну продукцію та сприяла формуванню сприятливого для бізнесу середовища. Цього виявилось достатньо, щоб за кілька десятиліть (приблизно із середини 1950-х років) регіон перетворився в справжню фабрику інновацій. Не останню роль у цьому зіграла й та обставина, що в Північній Каліфорнії досить сприятливі умови для життя.

Є, однак, і інші приклади. Країни, які не хотіли чекати десятиліттями, показали, що можна за 10 – 20 років побудувати цілі інноваційні галузі практично з нуля. Ізраїль, де на початку 1990-х років виявився надлишок висококваліфікованих наукових і технічних кадрів з колишнього СРСР, поставив мету створити для цих фахівців робочі місця. Методом проб і помилок були знайдені оптимальні заходи підтримки — сформовані бізнес-інкубатори, введені податкові пільги, різні форми фінансування, що спрощують створення нових компаній інноваційної спрямованості. Крім того, особлива зовнішньополітична ситуація країни забезпечила постійне державне замовлення на розробки в області безпеки. У результаті всього за десятиліття Ізраїль став одним зі світових інноваційних центрів, а ізраїльські компанії — лідерами в ряді високотехнологічних галузей. Зараз третина експорту Ізраїлю забезпечується ІТ-індустрією.

Можна багато досягти у розвитку інновацій і без особливих стартових умов, таких як надлишок кваліфікованих кадрів. Приклад Бразилії досить показовий. В 1980-х роках біля узбережжя країни були відкриті глибоководні родовища нафти, але виявилось, що для їхнього освоєння немає технологій. Не чекаючи, коли їх розробить яка-небудь міжнародна корпорація, державна нафтова компанія Petrobras в 1986 р. прийняла програму розвитку технологій видобутку на глибині до 1000 м.

Вона відправила тисячі своїх співробітників в американські університети для одержання вчених ступенів у технічних науках і дипломів MBA. Були укладені сотні договорів з постачальниками та університетами. Чітке визначення завдання, мобілізація ресурсів заради його рішення, залучення кращих кадрів, гарантований попит на будь-які вдалі технології та їх впровадження — все це привело до успіху. Уже в середині 1990-х років Petrobras стала одним зі світових лідерів в області технологій розвідки та розробки глибоководних родовищ. З 1996 до 2005 р. компанія подвоїла видобуток завдяки використанню передового досвіду та своїм технологіям.

За останні десятиліття багато країн почали активно стимулювати розвиток інноваційних галузей. Китай збільшує державні видатки на освіту та науку, створює технологічні кластери та залучає до роботи в них світових лідерів у технологіях, щоб переймати їх знання та формувати критичну масу професійних кадрів і ідей. Поки китайські компанії ще не вирвалися на перші позиції в інноваціях, але у високотехнологічних галузях (наприклад, у розробці та виробництві комунікаційного обладнання) майже на рівні змагаються з міжнародними корпораціями на світовому ринку. Південна Корея та корейські підприємства також ставлять собі завдання поступово відійти від моделі швидкого копіювання чужих інновацій і самим лідирувати в своїх інноваційних областях. Механізми і інструменти, що довели свою ефективність, швидко переймають іншими країнами, а амбіційні цілі щодо розвитку інновацій стають нормою.

Стартові умови для створення інноваційної економіки в Україні непрості. Незважаючи на високу міжнародну репутацію українських учених і інженерів, своєю оснащеністю вітчизняні лабораторії часто помітно відстають від міжнародних, а великий відтік фахівців за рубіж значно послабив наукові колективи та наукові школи в цілому. Не краще справи та з попитом на інновації. Неоднозначне регулювання бізнес-середовища та умов конкуренції призвело до падіння підприємницької активності. В таких умовах компанії переслідують короткострокові цілі, перестають сприймати інновації як необхідну умову успіху.

Але потенціал розвитку інноваційної економіки в Україні існує. Для ефективного розвитку інновацій держава повинна, з одного боку, усувати бар'єри, що заважають широкому інноваційному розвитку та створенню інноваційної культури в економіці, а з іншого боку — сприяти швидким точковим результатам на провірних напрямках.

Дуже важливо дотримуватися широкого, збалансованого підходу до створення інноваційної економіки, а також змістити акценти на користь традиційних галузей, у яких інноваційний розвиток дасть максимальний економічний і мультиплікативний ефект. Очевидно, що в середньостроковій перспективі інноваційний прорив у сільському господарстві, харчовій промисловості, енергетиці, металургії, машинобудуванні, автомобілебудуванні та виробництві високотехнологічних будівельних матеріалів підштовхне економічне зростання набагато сильніше, ніж будь-які нанотехнології. Наявність гарантованого попиту на нові технології в традиційних галузях забезпечить їх розробку та практичне застосування, а помітний результат доведе суспільству, що в Україні є шанс стати країною з інноваційною економікою.

Невід'ємною частиною програми розвитку інновацій повинне стати поліпшення бізнес-середовища в усіх напрямках: від зниження адміністративних бар'єрів до ефективного захисту прав власності. В Україні треба створити такі умови, щоб підприємцю з гарною ідеєю було просто організувати новий бізнес, розвивати його, не відволікаючись на боротьбу з адміністративними перепонами, і так само просто продати свою прибуткову справу або закрити збиткову. Комерціалізація винаходів і інновацій — ризикований процес сам по собі, а якщо це збільшується додатковими проблемами та турботами, то в підприємців пропадає яке-небудь бажання інвестувати в ідеї, доля яких неясна. Розвиток інноваційної економіки в Україні можливий тільки у тому випадку, якщо створити, розвинути ідею та довести її до виробництва буде тут так само просто, як у Кремнієвій долині.

Не менш важливо для України інтегруватися у світову економіку знань. Швидкий ефект можуть дати проведені разом зі світовими лідерами масштабні проекти в освіті, науці, дослідженнях і комерціалізації розробок у тих областях, де в Україні є гарний науковий потенціал. Нарешті, щоб в Україні працювали фахівці світового класу, потрібно налагоджувати та підтримувати тісну взаємодію кращих українських та іноземних дослідницьких центрів.

Висновки. Світовий досвід розвитку інноваційної економіки дозволяє виділити декілька загальних передумов інноваційного розвитку:

розвиток освіти та науки в країні має створити досить широке коло високопрофесійних фахівців, інтегрованих у світове науково-технічне співтовариство;

для розвитку необхідна конкуренція, що забезпечується за рахунок усунення диференційованого правозастосування до різних учасників економічної діяльності;

попит на інноваційну продукцію потрібно розвивати як за допомогою держзамовлень, так і шляхом створення інноваційних кластерів, розвиток яких забезпечується сприятливими місцевими умовами;

для розвитку інновацій необхідне сприятливе підприємницьке, правове та інституціональне середовище, в якому просто починати та вести бізнес, захищати права на інтелектуальну власність та комерціалізувати її;

в реалізації проривних проектів, що роблять мультиплікаційний вплив на економічний розвиток, держава та бізнес повинні діяти спільно;

для успішного розвитку інноваційної економіки в суспільстві необхідно сформувати світогляд «переможця», який може здолати всі труднощі та досягти бажаного результату.

Ці передумови показують, що запорука успіху — у грамотному впливі на попит та пропозицію інновацій, у створенні сприятливого середовища для їх розвитку і зосередженні зусиль на проривних проектах.

Розвиток інноваційної економіки буде більш ефективним за умови поділюваної і суспільством, і органами державної влади переконаності у безумовній необхідності інноваційного розвитку країни. Розвиток інновацій дозволить стимулювати зростання всієї економіки та поліпшити життя людей.

Створення в інноваційної економіки дозволить країні увійти в групу світових технологічних лідерів і забезпечить їй стійкий розвиток на основі зростання продуктивності праці, звільнивши її від залежності від динаміки світової ринкової кон'юнктури на метали, сільськогосподарську та іншу традиційну продукцію. Розвиток інновацій є правильною метою для країни. Рецепти успіху випробувані в інших країнах. Чіткі цілі, програма дій і мотивація суспільства та влади на виконання такої програми цілком можуть забезпечити успіх.

ЛІТЕРАТУРА

1. Друкер П. Как обеспечить успех в бизнесе: новаторство и предпринимательство/ Пер.с англ. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 345с.
2. Як підтримувати інноваційну діяльність? Досвід країн Європейського союзу./ Програма Тасіс Європейського Союзу. К: Українсько-європейський консультативний центр (UEPLAC), група економічного законодавства, березень 2007 р.
3. Янсен Ф. Эпоха инноваций/ Пер.с англ. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 308с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 005.953

В.О. Москаленко
Національний університет
харчових технологій

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В статті розглянуті основні складові сучасної системи навчання. Висвітлено за допомогою моделі Дональда Кірпатріка суть та значення моделі оцінки ефективності навчання на підприємстві.

Ключові слова: персонал, навчання персоналу, ефективність навчання, модель Д.Кірпатріка, індивідуальні плани розвитку персоналу.

The article describes the main components of a modern system of education. Essence and meaning of model of evaluation of the learning efficiency on the enterprise is elucidated using the Donald Kirkpatrick's model.

Key words: personnel, training, learning efficiency, D. Kirkpatrick's model, individual staff development plans.

За даними ЮНЕСКО, у XXI сторіччі знання застарівають кожні п'ять років. Для збереження потенціалу персоналу співробітників необхідно навчати та проводити оновлення знань, як мінімум, зважаючи на цей інтервал [2]. Деякі бізнес-структури створюють внутрішньокорпоративні системи навчання персоналу, інші підприємства час від часу організовують для співробітників семінари та тренінги за участю провайдерів, існують компанії, де процес навчання співробітників є безперервним. Обираючи серед наявних форм навчання керівник зважає на рівень ефективності та орієнтується на найкращий результат від навчального процесу.

Вплив професійної підготовки робітників на економічне зростання окремого виробництва та промислового сектора в цілому полягає в їхній здатності оволодівати необхідним обсягом знань, умінь і навичок, забезпечувати більш високу продуктивність і якість праці, раціонально використовувати матеріальні ресурси.

Аналізу проблем, пов'язаних зі специфікою функціонування системи професійного навчання в умовах інформатизації суспільства, присвячено значну кількість наукових праць. Зокрема, серед вітчизняних науковців, що досліджують питання формування та розвитку системи професійного навчання, можна відзначити, насамперед О.А. Грішнову, О.Ю. Гулевич, О.О. Кожемяченко, Л.М. Колешню, І.С. Кравченко, І.Л. Петрову, В.А. Савченко. Вітчизняна наука акцентує увагу насамперед на дослідженні проблем, пов'язаних з функціонуванням системи професійного навчання, та існуючих недоліків, характерних для сучасного етапу розвитку системи освіти. Разом з тим дотепер недостатньо уваги з боку науковців приділяється проблемам підготовки кваліфікованої робочої сили для промисловості країни та забезпечення відповідності основних параметрів якості підготовки вимогам сучасного етапу розвитку економіки.

Одним із найпріоритетнішим засобом підвищення потенціалу підприємства є навчання його співробітників. Розвиток персоналу відбувається завдяки поєднанню в навчальному процесі оволодіння професійними знаннями та практичними вміннями. В умовах сучасного виробництва усе більше зростає значення фактора інтелектуальної діяльності працівників. Підвищення культурно-технічного рівня співробітників є однією з найважливіших умов розвитку діяльності підприємства, що забезпечує поступовий процес розвитку суспільства.

Беручи до уваги, що середовище, у якому розвивається підприємство, постійно змінюється, разом із ним змінюються й вимоги до необхідних знань, адже, менеджмент заснований на знаннях — це менеджмент в умовах постійних змін. Керівни-

© В.О. Москаленко, 2011

цтво підприємства повинно навчитися вчасно відмовлятися від застарілих і постійно оновлювати актуальні знання, реагуючи тим самим на зміни, що відбуваються. Саме з цієї причини актуальною є потреба ефективної системи навчання на підприємстві.

Для того, щоб кваліфікація співробітників відповідала сучасним вимогам, їх навчання та розвиток повинні бути складовою стратегії управління персоналом. Необхідно відмітити, що для так званого middle-менеджменту підприємства, тобто спеціалістів, повинна існувати спеціальна підготовка, тобто спочатку проводиться співбесіда для визначення наявного рівня знань, за результатами первинної оцінки розробляється індивідуальна програма професійного навчання. Перш ніж перейти до самостійного виконання робіт, співробітник зобов'язаний пройти: первинний інструктаж; спеціальну (професійну) підготовку відповідно до індивідуальної програми; стажування на робочому місці; первинну перевірку знань (іспит); етап роботи стажування (для виробничого персоналу) та первинні тренування. Допуск до самостійної роботи оформлюється тільки після проведення всіх необхідних навчальних заходів (цей період може сягати до дев'яти місяців). Крім того, для працівників повинно бути передбачене періодичне (раз у три-п'ять років) підвищення кваліфікації в ліцензованих спеціальних навчальних закладах [1].

Також слід зауважити, що для успішної роботи працівникам потрібні додаткові знання й нові професійні компетенції. Вимоги до рівня знань персоналу підприємства, що розвивається, підвищуються постійно, тому менеджери з персоналу повинні вміти вчасно виявляти потреби в навчанні. Існує багато методів виявлення потреб у навчанні; вибір того або іншого залежить від особливостей компанії та її можливостей. Основні з них:

- аналіз результатів співбесіди при прийманні на роботу;
- аналіз результатів діяльності в період адаптації (випробувальний термін);
- аналіз результатів річної оцінки;
- плани зміни технологій;
- аналіз перспективних планів;
- анкетування та інтерв'ювання керівників і співробітників компанії.

Отримані за допомогою різних методів дані допомагають провести аналіз якості людських ресурсів підприємства, так званий кадровий аудит. При визначенні потреби в навчанні співробітників необхідно, насамперед, виходити з: цілей підприємства й перспективних планів його розвитку, інформації щодо реалізації цих планів, самооцінки працівників [4].

Програми підвищення кваліфікації персоналу повинні бути зорієнтовані на досягнення перспективних цілей розвитку бізнесу, а спеціалізоване навчання — на вирішення конкретних виробничих, технологічних або організаційних проблем і підвищення якості виконання працівниками поставлених перед ними функціональних обов'язків. У той же час, найважливішу роль у підвищенні ефективності навчання відіграє прагнення самих співробітників до професійної досконалості.

В свою чергу, завданнями служби персоналу на етапі визначення потреби в навчанні є: аналіз інформації, методична допомога керівникам і працівникам підрозділів та організація навчальних заходів.

Характерною умовою для підприємств харчової промисловості при плануванні навчання є результати річної оцінки персоналу: для кожного співробітника виробничо-технічного складу й керівників розробляється індивідуальний план розвитку (ІПР), де зазначені необхідні компетенції — «корпоративний мінімум». За складання ІПР і реалізацію передбачених у ньому заходів відповідають співробітники HR-підрозділу.

Зазначимо, що важливими умовами ефективності програм навчання є: актуальність та оперативність виконання; застосування сучасних підходів і методів навчання; ефективне використання виділених коштів.

Для оптимізації процесу навчання та розвитку протягом планованого періоду доцільно розробляти процедури, які: забезпечують успішну реалізацію ІПР співро-

бітників; підвищують рівень організації навчальних програм та дозволяють оцінити їх ефективність навчальних програм.

Вищезазначені процедури, насамперед, є новим регламентом для ретельного вибору провайдерів освітніх послуг. У процесі пошуку тренінгових компаній менеджер з розвитку персоналу аналізує досвід і репутацію залучених фахівців, оцінює якість послуг, які пропонує провайдер. Ключовий критерій вибору — можливість адаптації програми під потреби конкретного підприємства. При цьому кожна програма (курс, тренінг) обов'язково узгоджується з керівником структурного підрозділу, а при необхідності — корегується з урахуванням певних побажань.

До початку навчання важливо оцінити потребу в ньому кожного співробітника. До вищезгаданого процесу долучаються керівники підрозділів, які оцінюють кваліфікацію своїх підлеглих за такими показниками: якість роботи; продуктивність праці; наявність необхідних навичок і знань; прийняття та виконання делегованих керівником повноважень (надійність); самостійність у виконанні функцій (незалежність).

На основі цих оцінок визначається необхідність розвитку у конкретного працівника тих або інших компетенцій. Співробітники також оцінюють свою потребу в навчанні за допомогою анкети. Відповіді на питання анкети допомагають конкретизувати завдання й напрямки навчання, оцінити перспективи подальшої «трансляції» нових знань у конкретному підрозділі, уточнити очікування відносно результатів навчальних програм.

Після обробки анкет фахівець відділу по роботі з персоналом зустрічається зі співробітниками, для того щоб люди змогли аргументувати свої побажання, уточнити умови та строки навчання. За результатами співбесіди вносяться корегування в ІПР, а також приймається рішення про те, яка саме навчальна програма необхідна співробітникові в даний період часу. Свої рекомендації з організації навчання фахівець із навчання надає лінійному керівникові підрозділу або топ-менеджерові.

По завершенні курсу навчання відбувається етап оцінки ефективності навчання, в основу якого повинна бути покладена методика Дональда Кіркпатріка [3], що в свою чергу, адаптована до потреб підприємств харчової промисловості. Опишемо сутність вищезгаданої методики оцінки ефективності навчання.

Перший етап — «Оцінка реакції»: відразу після завершення процесу навчання безпосередні учасники навчальної програми оцінюють її ефективність. Оцінка проводиться за певними критеріями: відповідність програми робочим завданням; можливість використання отриманих знань у повсякденній діяльності; якість організації навчання тощо.

Другий етап — «Оцінка навчання». На цьому етапі порівнюються показники «вхідного» (оцінка до початку навчання) і «підсумкового» (оцінка після завершення курсу) контролю рівня знань, умінь і навичок співробітника.

Третій етап — «Оцінка зміни поведінки співробітника». Тут оцінюються: зміни, які відбулися в поведінці співробітника після завершення навчання; здатність застосовувати на практиці отримані знання.

Четвертий етап — «Результати». Керівник структурного підрозділу протягом трьох місяців спостерігає за роботою співробітника, визначаючи:

випадки застосування нових умінь і знань у професійній діяльності;

частоту використання на практиці нових умінь і навичок;

зміни показників якості, продуктивності, надійності й незалежності (ті ж, що замірялися при «вхідному контролі») [5].

Після чого результати оцінки порівнюються із установленим зразком поведінки, яка і повинна бути освоєна співробітником у процесі навчання.

Через три місяці після завершення навчання збирається експертна комісія, яка підводить остаточні підсумки, а саме: вивчає оціночні форми та форми оцінки ефективності навчання; аналізує зміни поведінки на робочому місці; порівнює поведінку й мотивацію працівника до й після навчання.

При оцінці ефективності навчання члени експертної комісії враховують, що: позитивна оцінка учасниками навчання не є підставою для визнання її успішною, оскільки не гарантує освоєння нових знань, умінь та навичок. Негативна оцінка програми учасниками часто знижує ефективність безпосереднього процесу навчання; об'єктивність оцінки значно зростає зі збільшенням кількості співробітників, що навчаються по конкретній програмі.

На завершальному етапі члени комісії аналізують досягнуті за допомогою навчання результати і дають висновок про ефективність курсу навчання в цілому. Експертна комісія також уповноважена давати рекомендації з розвитку співробітника в майбутньому, пропонувати нові навчальні курси й ухвалювати рішення щодо подальшого співробітництва із провайдером.

Висновки. Розробивши й впровадивши нові процедури оцінки потреб співробітників у навчанні й оцінці результатів навчання за методикою Кіркпатріка, а також, зробивши більш якісний відбір провайдерів навчальних програм, одержимо: адаптовані до потреб підприємства програми навчання; зростання відповідальності кожного співробітника за своє навчання; можливість оперативно корегувати індивідуальні плани розвитку і використання найбільш необхідних в даний період програм.

У результаті підприємство заощаджує бюджет на навчання за рахунок спрямованості коштів на придбання співробітниками важливих для компанії навичок, а головне — значно підвищується ефективність роботи підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Краткий курс МВА / [Брунер Р.Ф., Икер М.Р., Фример Р.Э. и др.]. — [3-е изд.]. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2000. — 384 с.
2. Последние данні ЮНЕСКО по образованию в мире — Режим доступа: <http://www.unesco.org/bpi/rus/pdf/04-35-Russe.pdf>
3. Pinder Craig C. Work Motivation in Organizational Behavior / Craig C. Pinder. — Washington D.C.: Psychology Press, 2008. — 221 p.
4. The Ukraine Competitiveness Report 2008. — Режим доступа: <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/CountryStudies/index.htm>.
5. Thornton III George C. Assessment centers in human resource management / George C. Thornton III, Deborah E. Rupp. — Washington D.C.: Psychology Press, 2005. — 372 p.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 330.332:662.767.2

**О.І. Бурлай,
О.М. Олійниченко**
Національний університет
харчових технологій

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ПЕРСПЕКТИВ РЕАЛІЗАЦІЇ РІШЕННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ БІОГАЗОВИХ СТАНЦІЙ В АПК УКРАЇНИ

Інвестиційна привабливість запровадження інноваційних технологій виробництва випуває біогазом альтернативного виду палива з використанням для цього відходів виробництва підприємств АПК.

Ключові слова: технології та обладнання для виробництва біогазу, ефективність інвестицій, державна програма, аграрний сектор економіки, прийняття рішень.

An actual theme is reflected in relation to creation of investment attractiveness of introduction innovative technologies production of biogas as an alternative type of fuel with utilization for this purpose of wastes of production of enterprises of APC.

Key words: technologies and equipment for production of biogas, efficiency of investments, government program, agrarian sector of economy, making decisions

На тлі перспективи вичерпання традиційних джерел енергії на Землі, здороження нафти, вугілля та природного газу в світі активно проводяться дослідження щодо економічно обґрунтованих шляхів розвитку нетрадиційної енергетики. Одним із таких шляхів небезпідставно вважають виробництво біогазу із органічних відходів.

Вивченням питань отримання та використання біогазу займалися такі вчені як Домарецький В.А. [1], Дудюк Д.Л., Мазепа С.С., Гнатишин Я.М. [2], Зинченко М.Г. [3] та ін.

За останні роки в ряді країн, в першу чергу в Німеччині, Нідерландах, США, Японії широкого застосовуються зазнали технології виробництва біогазу з органічної субстанції з послідуємим його використанням як палива для забезпечення функціонування міні-електростанцій, отримання теплової енергії для обігріву приміщень, виробництва високоякісних органічних добрив. Основні сфери застосування даних технологій — сільське господарство, у великих обсягах використовувати як сировину для виробництва біогазу органічні матеріали у вигляді відходів виробництва, частина з яких зазвичай підлягає утилізації згідно з вимогами екологічних служб (біологічні відходи свиноферм, ферм по вирощуванню та забою великої рогатої худоби, птахофабрик, пивоварень, виноробних підприємств та ін.).

Потік інвестицій в дану сферу діяльності у вищезазначених країнах свідчить про достатньо високу їх ефективність при раціональному розміщенні виробничих потужностей по відношенню до місць накопичення органічних відходів.

Світова практика засвідчує намагання держав з розвинутою економікою стратегічно вишукувати шляхи подолання в майбутньому назріваючої енергетичної кризи. Одне з цих намагань проявилось у використанні інноваційних технологій виробництва палива біологічного походження. Ефективність реалізації даної концепції вже підтверджується результатами її застосування не тільки з огляду на економічну чи екологічну складову безпеки держави, а й з точки зору забезпечення швидкого повернення інвестицій.

В Нідерландах та Німеччині розвиток цього напрямку вирішення ряду енергетичних та екологічних проблем в свій час був забезпечений шляхом розроблення та ухвалення відповідних урядових програм, які стали складовою державної економічної політики. Програмами передбачається всебічна підтримка всіх компаній, причетних

до налагодження виробництва технічних засобів, з яких комплектуються біогазові станції. Значною мірою з боку держави було забезпечене фінансування інноваційних технологій виробництва даного продукту, виділялися довгострокові пільгові кредити на будівництво станцій.

Зараз у цих країнах функціонує ряд компаній, що надають послуги по комплектації станцій, їх будівництву, розробленню проектної документації, проведенню пуско-налагоджувальних робіт, забезпечують навчання персоналу. З їх сторони комерційні пропозиції по наданню таких послуг надходять і в Україну. Метою нашого дослідження стало визначення перспектив та проблем реалізації рішення щодо будівництва мережі біогазових станцій в Україні.

Виходячи з технічних, технологічних та вартісних характеристик біостанцій, існуючих на даний момент в Україні тарифів на електричну, теплову енергію, цін на органічні добрива та враховуючи деякі інші параметри нами було здійснено розрахунки ефективності інвестицій у будівництво біогазових станцій.

Проведені дослідження свідчать про високу ефективність інвестування коштів у таке будівництво. В залежності від добової потужності по переробленню сировини, суми початкових інвестицій у спорудження комплексу «біогазова станція — електростанція» коливаються в межах 0,5 – 7 млн. євро (включаючи затрати на проектування, придбання обладнання, шеф-монтаж обладнання, навчання персоналу). Зважаючи на різний обсяг виходу біогазу з тони використовуваної сировини та деякі інші умови будівництва і функціонування станцій, дисконтований період окупності інвестицій знаходиться в межах 1,5 – 3 років. Цей період може зменшуватися, якщо підприємство матиме економію затрат на утилізацію відходів, але може й збільшуватися за рахунок втрат часу на різного роду погодження в державних установах перед введенням об'єкту в експлуатацію.

Значна частина таких погоджень здійснюється в період, коли об'єкт вже готовий до експлуатації.

Основними чинниками, які забезпечують відносно високий рівень ефективності інвестицій у будівництво даних комплексів є:

- у більшості випадків безкоштовна сировина, що використовується; повне чи часткове забезпечення потреб основного виробництва (наприклад, птахофабрик) в електричній та тепловій енергії;
- можливості реалізації надлишку електричної та теплової енергії на сторону;
- використання виробничих видів енергії для самозабезпечення функціонування біогазової станції;
- високий рівень автоматизації виробничого процесу (1 – 2 оператора на зміну);
- реалізація на сторону високоякісних твердих та рідинних органічних добрив, що утворюються в процесі виробництва біогазу.

Але для повної реалізації названих чинників в Україні не створено належного підґрунтя, що є головною причиною стриманої реакції вітчизняних інвесторів на пропозиції нідерландських та німецьких компаній забезпечити поступово формування мережі біогазових станцій в агропромисловому комплексі країни.

Висновки. На даний час в Україні існує ряд законодавчих актів, які регулюють правові відносини учасників ринку відновлюваної енергетики [4]. Але, для забезпечення масштабних інвестиційних процесів при формуванні системи альтернативних джерел енергії, включаючи і виробництво біогазу, необхідна фундаментальна основа — науково обґрунтована державна програма, яка б, серед іншого, передбачала відповідь на такі основні запитання:

1. Які регуляторні методи з боку держави будуть застосовані з метою стимулювання інвестиційних процесів?

2. У який спосіб законодавчо, процедурно та технічно буде здійснюватися на комерційних засадах реалізація виробленої на біогазових станціях електроенергії, зважаючи на те, що система електромереж має ознаки природного монополіста?

3. Чи буде вищезгадана програма передбачати виробництво технічних засобів для забезпечення комплектації біостанцій вітчизняним машинобудівним комплексом?

4. Які дії з боку держави будуть здійснені стосовно скорочення в часі процедур надання дозволів на введення в експлуатацію побудованих у відповідності з проектною документацією біогазових станцій?

Для обґрунтованого прийняття рішення щодо формування мережі біогазових станцій необхідні відповіді на ці запитання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Домарецький В.А. Получение биогаза из отходов и сточных вод винодельческих предприятий // Виноград. — 2010. — №3. — с. 64 – 68.

2. Дудюк Д.Л. Нетрадиційна енергетика: основи теорії та задачі: Навч. посіб./ Д.Л. Дудюк, С.С. Мазепа, Я.М. Гнатишин. — Львів.: Магнолія, 2009. — 188 с.

3. Зинченко М.Г. Совершенствование технологи и оборудования для производства биогаза из органических отходов // Экология и промышленность. — 2011. — №1. с. 90 – 94.

4. Перечень основных законодательных актов, регулирующих правовые отношения участников рынка возобновляемой энергетики Украины 22.02.2011. — Режим доступа: http://www.fuelalternative.com.ua/content/analytic_view/ru/id,33622/

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 631.5

**Л.М. Закревська,
Д.С. Бобко**
Національний університет
харчових технологій

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

У статті обґрунтовано необхідність впровадження новітніх технологій в агропромисловому комплексі. Визначено проблеми та перспективи їх застосування на вітчизняних агропромислових підприємствах.

Ключові слова: інновації, активація насіння агропромислових культур, новітні технології, лізинг, обробка, ґрунт.

In the article grounded a necessity of introduction of the newest technologies is for an agroindustrial complex. Certainly problems and prospects of their application on domestic agroindustrial enterprises.

Keywords: innovations, activating of seed of agroindustrial cultures, newest technologies, leasing, treatment, tillage.

Стан науково-технічного прогресу на будь-яких етапах розвитку АПК в більшій мірі залежить від функціонування аграрної науки, метою якої є подальше поглиблення і розширення використання інновацій, підготовка науково обґрунтованих рекомендацій щодо ефективної організації та вибору технології виробництва сільськогосподарської продукції та її переробки.

Науковці стверджують: більшість підприємств, що впроваджують досягнення науково-технічного прогресу, домагається поліпшення своїх виробничих та економічних показників. Прикладом можуть слугувати провідні господарства Києва, які долаючи кризовий фінансовий стан, в основному зовнішнього характеру, використовують в агропромисловому виробництві досягнення науки і техніки.

У сільському господарстві зміна технології має більш глибокий ефект, ніж поява нової продукції. Невміння менеджерами підприємств своєчасно усвідомити необхідність зміни технології може призвести до значних втрат у позиціях на ринку або змусити підприємство припинити свою діяльність у раніше прибутковій для неї сфері діяльності. У той же час технологія здатна слугувати основним потужним інструментом, за допомогою якого агропромислове підприємство може завоювати і зберегти перевагу в конкурентній боротьбі.

Запорукою успішного розвитку агропромислового комплексу є втілення інновацій в агропромислові технології, техніку та організацію праці. Без інноваційного підґрунтя товаровиробник не зможе стабілізувати процеси виробництва та скласти гідну конкуренцію як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Науково-практичні аспекти розвитку аграрного виробництва, його інтенсифікації, підвищення екологобезпечності агровиробництва висвітлено в наукових працях О. Балацького, В. Благодатного, Б. Данилишина, Д. Добряка, С. Дорогунцова, Ю. Івашкевича, Л. Новаковського, П. Руснака, П. Саблука, В. Трегобчука, А. Третьяка, М. Хвесика, А. Яцика тощо. Однак, незважаючи на це, чимало аспектів ефективного та інноваційного розвитку підприємств АПК залишаються ще недостатньо дослідженими.

Тому метою даної статті є обґрунтування необхідності впровадження інновацій у виробничу діяльність підприємств АПК для підвищення їх конкурентоспроможності.

Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, без-

печних, енергозберігаючих та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоспроможної продукції [2].

Аграрний сектор економіки, на відміну від інших сфер, має свої особливості щодо генезису та впровадження інноваційних продуктів. Насамперед ідеться про те, що інноваційна діяльність не є одиничним актом упровадження якої-небудь новації. Це — цілеспрямована система заходів із розробки, впровадження, освоєння, виробництва, поширення і комерціалізації новацій.

Ефективність агропромислового виробництва визначається взаємодією науки і практики, впровадження у виробництво передових інноваційних технологій.

Особливо значне відставання рівня технічного та технологічного оновлення порівняно з країнами з розвинутою ринковою економікою спостерігається у галузях тваринництва, зокрема в молочному скотарстві. Порівняльна характеристика основних технологічних процесів виробництва молока в Україні і країнах ЄС показує, що кожен з них в Україні більш трудо-, енерго- і капіталомісткий, з гіршими умовами праці та умовами утримання тварин.

Тому перехід до використання новітніх технологій на підприємстві є складним не лише з фінансового боку, але й з психологічного, бо суттєво змінює у науково-технічного персоналу і керівників схему дій, що склалась, для досягнення успіху.

Загалом же підприємству слід бути структурою, що постійно навчається і пристосовується до зовнішніх чинників коливань.

Сучасне становище агропромислового комплексу вимагає застосування нових екологічно безпечних технологій вирощування соняшникових, зернових та баштанницьких культур. Тому слід приділити увагу удосконаленню їх виробництва.

Основні напрями вдосконалення виробництва зерна в АПК:

використання широкозахватної техніки Caterpillar, RoGator, SpraCoupe, Kinze, M&W, Bourgault, Great Plains, Ezee-On та ін;

ефективність обробітку ґрунту;

оптимальна сівозміна;

відбір зразків для аналізу на вміст макро- та мікроелементів;

внесення добрив згідно з результатами лабораторних досліджень;

використання елітного насіння та гібридів світових оригінальних виробників;

оброблення посівів сучасними засобами захисту рослин;

дотримання технологічних строків;

екологічність продукції;

ефективність збереження зерна;

Одним з сучасних екологічно-безпечних технологій інтенсивного вирощування агро-промислових культур є: передпосівна активація насіння ультрафіолетовим опроміненням.

Традиційне застосування у великих кількостях мінеральних добрив та хімічних засобів захисту рослин поряд з позитивним впливом на зростання врожаю призвели до хімічного отруєння як полів, так і самих агрокультур. Збільшення нітратів та інших шкідливих речовин у соняшнику, зернових, овочах та баштанницьких культурах стало звичайним явищем.

Тому перед сучасною агропромисловою наукою постала задача пошуку таких методів їх вирощування, які б не лише сприяли підвищенню врожаю, але не приводили б до підвищення забруднення самих агрокультур шкідливими речовинами. Одним з таких методів є активація насіння агропромислових культур за допомогою ультрафіолетового (УФ) опромінення. Експериментальним шляхом було встановлено, що УФ опромінення насіння помітно впливає на енергію проростання. Крім того, воно позитивно впливає на збільшення врожаю самих агрокультур та підвищує їх стійкість до різних шкідливих факторів.

УФ опромінення позитивно впливає на збільшення врожаю соняшника, зернових, баштанницьких та овочевих культур. При цьому збільшується їх стійкість до

засухи та інших несприятливих погодних умов. Так обробка УФ опроміненням насіння соняшника збільшує його врожай на 40 – 50 %, пшениці — на 30 %, кукурудзи — до 40 %, ячменю — до 20 %, перцю — до 45 %, баклажанів — до 50 %, огірків — до 30 %, цукрового буряку — до 25 %, кавунів та динь — до 30 %. Крім того, спостерігається прискорення дозрівання агрокультур на 3 – 15 діб. Слід звернути увагу на відносну дешевизну обладнання та низьку вартість обробки насіння. Питомі витрати електроенергії на технологію УФ активації насіння не перевищують 1 кВт/1 т насіння [4].

Передпосівна активація насіння УФ опроміненням дозволяє одержувати від 20 до 50 % і більше додаткової продукції поліпшеної якості, більш повно використовувати генетичний потенціал рослин без зміни агротехніки вирощування рослин та без збільшення витрат праці й ресурсів.

Фінансова ситуація в АПК не створює сприятливих умов для розвитку внутрішнього ринку нових технологій: більшість господарств не можуть придбати нові машини, племінну худобу та насіння перспективних сортів. Купівля техніки різко скоротилася, значна частина її застаріла. Тому треба більше уваги приділяти впровадженню нової техніки.

Вже доведено, що коли йдеться про технології, то мається на увазі і правильно підібране насіння, ефективні добрива, відповідну техніку, й розрахований агрономічний час. Підприємець мусить постійно стежити за потребою тієї чи іншої продукції на ринку. Тепер навіть невелике чи середнє господарство мусить орієнтуватися на загальну навколишню ситуацію і запити споживача, враховувати всі особливості навколишнього середовища.

Господарства нині стихійно не скуповують машини, як це відбувалося останніми роками. Господар придивляється не до окремого механізму, агрегату, а до цілого машинного комплексу, який повністю забезпечує високопродуктивне виробництво за тією чи іншою сучасною технологією. Прикладом є машинний комплекс для вирощування зернових культур. Застосовувати при цьому оптимальну для його місцевості та умов технологію — традиційну, міні- чи no-till — то вже вибір самого господаря.

Тому постає проблема оптимізації структури втрат. Несвоєчасне висівання, затримка періоду збирання призводить по певних сортах пшениці втрати до 60 % врожаю. Країні сьогодні потрібно майже 40 тис. високопродуктивних комбайнів з пропускною спроможністю від 15 кг маси на секунду, щоб у технологічні терміни збирати зернові. А існуючий парк машин на 80 % укомплектований зношеною, морально застарілою технікою. Для повного переоснащення сільгоспвиробництва треба близько 120 – 150 млрд. гривень [1]. Звісно, це величезні гроші, яких держава сьогодні немає. Та вихід із ситуації є. Треба сповна задіяти механізм фінансового лізингу, принаймні, його п'ятирічну схему. Якщо програму переоснащення вітчизняного АПК чітко розпланувати не на 5, а на 10 років, то фактична потреба у сільгосптехніці сягатиме щорічно вже 15 млрд. гривень.

Для впровадження нових технологій можуть бути використані комерційні, державні (муніципальні) і кооперативні машинно-технологічні станції (МТС), прокатні пункти, які взяли б на себе не тільки технічне обслуговування господарств і фермерів, а й впровадження нових прогресивних технологій. Вони можуть бути службами, що займаються ринком нових технологій. Поки вони виконують сільськогосподарські роботи за контрактами, дають господарствам техніку в лізинг, проводять складні види технічного обслуговування, ремонт машин. У країні діє вже більше 300 МТС.

За кордоном поширення останнім часом одержала лізингова форма забезпечення господарств технікою. Постачання по лізингу більше 80 % всієї техніки дозволили послабити напругу в проведенні сільськогосподарських робіт і врятувати заводівиробники від повного припинення виробництва. Слід зберігати лізинговий фонд на державному рівні, створювати лізингові компанії на місцях із залученням регіональних бюджетів, ширше використовувати позикові кошти комерційних банків, домагатися іноземних цільових інвестицій з пільговою відсотковою ставкою.

Ще одне важливе завдання, яке має велике значення: правильна система основного обробітку ґрунту — один із дієвих заходів формування високих урожаїв сільгоспкультур. Агротехнічні заходи основного обробітку ґрунту є найенергоємнішими, але за їхньою допомогою вирішується багато завдань. Якість ґрунту визначається багатьма чинниками, але вміст у ньому органічної речовини (гумусу) заслуговує на особливу увагу. Наявність у ґрунті органічної речовини впливає на кілька найважливіших функцій ґрунту — підвищує здатність ґрунту втримувати вологу та поживні речовини, а також поліпшує його структуру та родючість. Високий вміст гумусу запобігає втратам, які можуть виникнути у результаті таких природних явищ як посуха, надмірна кількість опадів або спалахи хвороб рослин.

Розв'язання завдань основного обробітку ґрунту може бути виконане кількома шляхами. Тривалий час вважалося, що основним і найпоширенішим способом обробітку є полицева оранка з обертанням скиби, за якої оброблюваний шар перевертається не менш ніж на 135° , а також кришиться, розпушується та частково переміщується. Така тенденція міцно закріпилася у свідомості людей з кінця XVIII століття, тобто з того часу, коли у Німеччині та Нідерландах був створений полицевий плуг, який за принципом роботи мало чим відрізняється від сучасних полицевих плугів. На той час плуг був ефективним засобом боротьби з бур'янами. Саме завдяки цьому плугу вдалося контролювати розповсюдження пірію повзучого, який невпинно поширювався територією Європи.

У розвинених країнах інтенсивно ведуться пошуки шляхів зниження енергоємності основного обробітку ґрунту, а також зменшення витрат робочого часу і коштів на його виконання. В Україні з урахуванням специфіки сучасних умов господарювання дедалі частіше у землеробстві знаходять своє місце новітні технології обробітку ґрунту. Йдеться про безполицевий, поверхневий, мінімальний та нульовий (так звані *no-till*-технології) обробітки ґрунту.

Безполицевий обробіток зменшує наслідки втручання в природне середовище ґрунту, збільшує вміст органічної речовини в ньому, поліпшує його структуру, регулює ґрунтову температуру і дає змогу ґрунту втримувати більше вологи.

На ґрунтах, які обробляли без обертання орного шару, біологічна активність і біологічний різновид мікроорганізмів були найвищими. Для таких ґрунтів характерна підвищена здатність поступово та постійно накопичувати поживні речовини. Ці ґрунти мають кращу структуру порівняно з тими, на яких застосовували традиційну оранку.

В усіх регіонах, де застосовували полицевий обробіток ґрунту, були отримані добрі результати щодо підвищення врожайності культур, поліпшення родючості ґрунтів, запобігання водній і вітровій ерозіям. Але широкому розповсюдженню технології ресурсоощадного землеробства стояли на заваді такі чинники, як відсутність необхідної якісної техніки, ефективних добрив та якісних засобів захисту рослин.

Наукові дослідження засвідчують, що у наш час технології виробництва зерна переорієнтовуються на нові технології обробітку ґрунту без використання плуга. Основний обробіток ґрунту без обертання скиби широко застосовують у розвинутих країнах Західної Європи. Зокрема, за інформацією фірми Fricke (Німеччина), у країнах Європейського союзу до 50% площ під висів озимих та ярих зернових, а також культур суцільного висіву готують саме за енергоощадною безполицевою технологією основного обробітку [4].

Значна частина території України перебуває у зоні ризикованого землеробства, для якої характерні часті посухи та надмірне зволоження ґрунту. У результаті виникає потреба у скороченні строків основного обробітку ґрунту або у їхньому зміщенні. З огляду на це для якісного та вчасного обробітку ґрунту слід застосовувати нові технології та використовувати техніку, яка легко вписується у процеси підготування ґрунту з частими змінами виробничих умов.

Висновок. Розробка та впровадження більшості інноваційних проектів гальмуються через відсутність фінансових ресурсів, адже перебіг інноваційних процесів

можливий лише за умови належного їх фінансування. Найбільш зацікавленими у веденні інноваційної діяльності є великі та середні сільськогосподарські підприємства та господарські товариства. До того ж вони володіють необхідними умовами і ресурсами для розробки та впровадження інновацій.

Проблемою для вітчизняних аграріїв є різниця нормативних показників якості за українськими та світовими стандартами, що суттєво послаблює конкурентні позиції українських компаній на світовому ринку. Українські землі відрізняються високою родючістю та якістю, але відсутність необхідних технологій та обробки територій безпосередньо відбивається на якості сільськогосподарської продукції.

За сучасних умов поліпшення конкурентних позицій, що займає підприємство на вітчизняному та світових ринках, та ступінь задоволеності споживачів значною мірою залежать від розвинутості інноваційної діяльності підприємства. Більшість підприємств вітчизняного аграрного сектора не приділяють необхідної уваги або ігнорують інноваційну складову сільськогосподарського бізнесу. Але найуспішніші, найкрупніші сільськогосподарські компанії активно впроваджують інновації в свою діяльність.

ЛІТЕРАТУРА

1. Маласай В.М. А решта гібридів — у пасиві // Насінництво. — 2005. — №4. — С. 36 – 37.
2. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 19 вересня 1991 р. №1560-ХІІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.zakon1.rada.gov.ua>
3. Мельник В.П. Інноваційний ресурс господарського розвитку / НАН України; Об'єднаний ін-т економіки — К., 2005. — С.263
4. Еколого-безпечні методи активізації зернових та баштаницьких агрокультур в господарствах / Режим доступу: www.ukrbiznes.com.ua/analytic/agrarian/11394.

zakrevska@irpin.com

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 338.2

Л.О. Штанько

Національного університету харчових технологій

О.М. Вознюк

Дніпропетровський національний університет

ВИКОРИСТАННЯ ТЕОРІЇ ОБМЕЖЕНЬ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

В статті наведено алгоритм застосування методики теорії обмежень на підприємстві харчової галузі. На основі побудови дерева поточної реальності, виявлено ключову проблему, що гальмує ефективний розвиток підприємства.

Ключові слова: теорія обмежень (ТОС), ключова проблема, харчова галузь, дерево поточної реальності.

The article provides an algorithm applying the theory of constraints methodology enterprise food industry. The system built on the basis of reality tree. A key issue that hinders the efficient development of enterprises.

Key words: theory of constraints, key issue, food industry, reality tree.

Харчова промисловість належить до перспективних галузей промисловості, яка динамічно розвивається. Незважаючи на наявні перспективи, підприємства харчової промисловості зіштовхуються з рядом труднощів, пов'язаних із постійним впровадженням нових технологій, що забезпечують випуск покращеної за багатьма показниками продукції. Необхідність постійної зміни й розширення асортименту продукції є досить проблематичним питанням для підприємств, які працюють на застарілому обладнанні. Крім того, підприємства втрачають частину прибутку через брак необхідної кількості сировини та замовлень на готову продукцію при надлишку вільних потужностей. Як результат, показники ефективності діяльності підприємства знаходяться не на належному рівні.

Актуальність дослідження полягає в необхідності застосування таких методик для аналізу діяльності харчового підприємства, які б допомогли вирішити існуючі проблеми, що гальмують або, навіть, зупиняють процес постійного їх розвитку. Враховуючи стрімке зростання конкуренції, проблема визначення «слабких місць» на підприємстві, які знижують ефективність його діяльності, є невідкладною.

Вирішення аналогічних задач у світі пов'язано з реалізацією певних підходів. Один з них розкривається в теорії обмежень (ТОС) Е. Голдратта. З точки зору ТОС здатність будь-якої організації в досягненні її мети залежить від одного або декількох обмежень. [1] У значній мірі різниця між обмеженням / відсутністю обмеження майже повністю ігнорується більшістю управлінських технік та методик. [6] Останнім часом теорія обмежень набула широкої популярності за кордоном. В Україні, а саме в харчовій галузі, дана методика ще не знайшла свого практичного застосування.

Комплекс проблем на виробничому підприємстві не завжди можна вирішити завдяки модернізації обладнання, наявності сприятливої економічної ситуації в країні, наявності стабільних контрактів, тощо. Для кожного окремого підприємства існують свої проблеми, які не дають змоги ефективно розвиватися в умовах, які склалися на даний момент в країні. Проблеми діяльності суб'єктів господарювання часто пов'язані з ефективністю функціонування як внутрішніх, так і зовнішніх матеріальних, фінансових, інформаційних, сервісних та інших потоків. Вирішення проблем ефективного розвитку дає змогу окремому підприємству вийти на наступний рівень своєї діяльності.

© Л.О. Штанько, О.М. Вознюк, 2011

Згідно теорії ТОС, будь-які проблеми на фірмі є обмеженнями. [3] У статті проводиться спроба використати методи ТОС для визначення обмежень на підприємстві, що представляє свою продукцію на ринку харчових продуктів. Алгоритм застосування методики ТОС на підприємстві харчової промисловості наведено на рис. 1. [2,5,6]

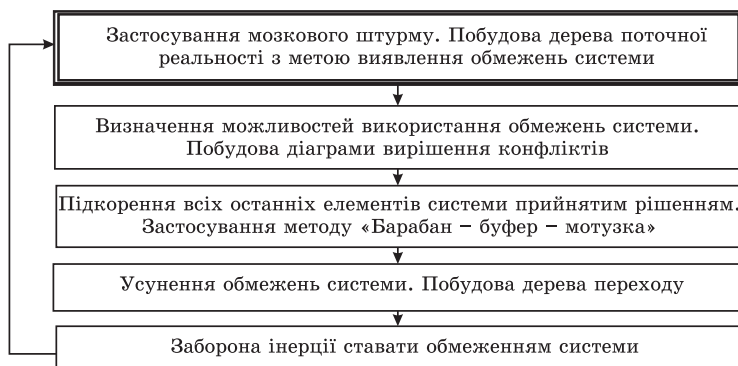


Рис. 1. Алгоритм застосування методики теорії обмежень на підприємстві харчової промисловості

Як видно з рисунку 1, головна мета застосування ТОС — позбутися обмежень, що в першу чергу гальмують процес розвитку підприємства, усунення яких призводить до позбавлення й від інших. З метою запобігання марному витрачання власних резервів часу та ресурсів підприємству необхідно чітко окреслити коло проблем та визначити ключові причини їх виникнення на даному етапі діяльності.

Метою даної статті є практичне застосування методів теорії обмежень для виявлення ключових проблем, що гальмують ефективну діяльність на підприємстві харчової промисловості.

Для досягнення зазначеної мети ставилися наступні **завдання**:

навести стислу характеристику теорії обмежень та її інструментів;

обґрунтувати важливість визначення ключових проблем, які виникають на під час виробництва продукції;

провести аналіз небажаних явищ на підприємстві з метою виявлення ключових проблем, що заважають його ефективній діяльності.

Розгляд літературних джерел стосовно теорії обмежень як нового наукового напрямку аналізу підприємств, що не тільки описує їх діяльність, а й надає поради щодо подальших дій, свідчить про активне запровадження у практику господарювання концепцій ТОС. [1,3,4,6]

Теорія обмежень, відома ще як управління обмеженнями, — це філософія управління, розроблена спеціально для застосування у виробничій організації. [4] В теорії обмежень виділяють два різні аспекти. Перший — інструменти з удосконалення виробництва, які включають в себе метод управління обмеженнями «Барабан–буфер–мотузка» (drum–buffer–rope). Другий аспект — це розумові процеси, що є потужними інструментами. Мета даних процесів — надати логічно обґрунтовані думки й висновки на папері, щоб їх можна було оцінити, обговорити та переглянути по мірі необхідності. У розумових процесах використовуються діаграми, які нагадують блок-схеми. [5]

Один з методів ТОС, який відображає теперішній стан організації, — це дерево поточної реальності (ДПР), що являє собою тип логічної діаграми й показує як саме йде робота на даний момент. Мета ДПР — виявити основну причину будь-якого конфлікту, який перешкоджає досягненню мети. Дерево поточної реальності сприяє вирішенню конфліктної ситуації шляхом чіткого документування поточного стану ви-

робничого процесу. Воно є логічною картою. Отже, ДПР — це інструмент для аналізу проблем, за допомогою якого можна вивчити причинно-наслідкові зв'язки, що визначають ситуацію на даний момент. [4] Побудова дерева поточної реальності необхідна для того, щоб розібратися в складних системах; зазначити небажані явища (НЯ) в системі; якщо можливо, визначити ключову проблему, яка призводить до 70 % небажаних явищ; виділити ряд причин, на які слід направити зусилля для скорішого поліпшення характеристик системи. [2]

З метою виявлення ключових проблем для підприємства харчової галузі обране підприємство молочної промисловості, середнє за розмірами. Дане підприємство стикається з проблемами, що є типовими для інших виробників. Побудова алгоритму починається з наявних небажаних явищ у системі й допомагає добратися до однієї ключової проблеми, що викликала всі небажані явища. [4] Ключова проблема звичайно є тим обмеженням, що ми намагаємося знайти, використовуючи тактику п'яти спрямованих кроків за ТОС. ДТР підказує нам, що саме реорганізувати, — виявляє найменшу, найпростішу зміну в системі, що дасть найбільший позитивний ефект.

Зазначаємо перелік наявних НЯ, характерних для даного підприємства:

спостерігається постійне посилення конкуренції;

склалися умови, що змушують фірму знижувати ціну на продукцію;

спостерігається досить швидко моральне старіння обладнання;

присутня необхідність випускати нові види продукції;

відбуваються постійні зміни в об'ємах заказів готової продукції;

часто зміни в об'ємі заказів вносяться після запуску заказу у виробництво;

фірма не розробляє достатньої кількості гарних ідей в сфері маркетингу;

різні служби звинувачують один одного в недостатньо хорошій роботі;

на фірмі не збалансовано бюджет;

на фірмі відчувається нехватка вільних оборотних коштів;

існує тиск на начальників участків, який спонукає їх до дій, спрямованих на збільшення об'ємів продукції, що виготовляється;

виконання заказів часто має характер «горіння»;

присутня необхідність розробляти нову оснастку;

відділи з розробки оснастки не в змозі створити нову оснастку швидко;

виробництво виконує поліпшення не досить швидко;

робітники перевантажені;

робітники залишаються без роботи;

деякі керівники не до кінця розуміють свої функціональні обов'язки;

налаштування обладнання виконується не досить швидко;

на участках спостерігається досить високий відсоток браку/

На рис. 2 – 4 детально описується ДПР для підприємства харчової галузі. Ствердження, які використовуються в ньому, — це або причини, або наслідки, або те й інше одночасно. Стрілка в ДПР відображає достатність: причина, від якої починається стрілка, є достатньою для появи результату, на який стрілка вказує. Щоб озвучити ці відносини, потрібно додати «якщо» до ствердження причини й «то» до ствердження наслідку. Читати дерево необхідно знизу вверх за стрілками. Для об'єднання основних причин й зазначення, що тільки в сукупності вони формують достатню умову для настання деякої події, використовують еліпс [5].

Як видно з рис. 2 – 4, небажані явища вишикувані в певній залежності один від одного. Читати дане логічне дерево слід за стрілками з використанням сполучників «якщо – то», або «якщо ... та — то». Наприклад, «якщо» робітників заохочують до виготовлення продукції більше норми за зміну, «та» більшість робіт виконується на зношеній оснастці, «та» на дотримання деяких вимог щодо виготовлення продукції закриваються очі, «та» часто відбувається пізня заміна МШП, «то» на ділянках спостерігається досить високий відсоток браку.

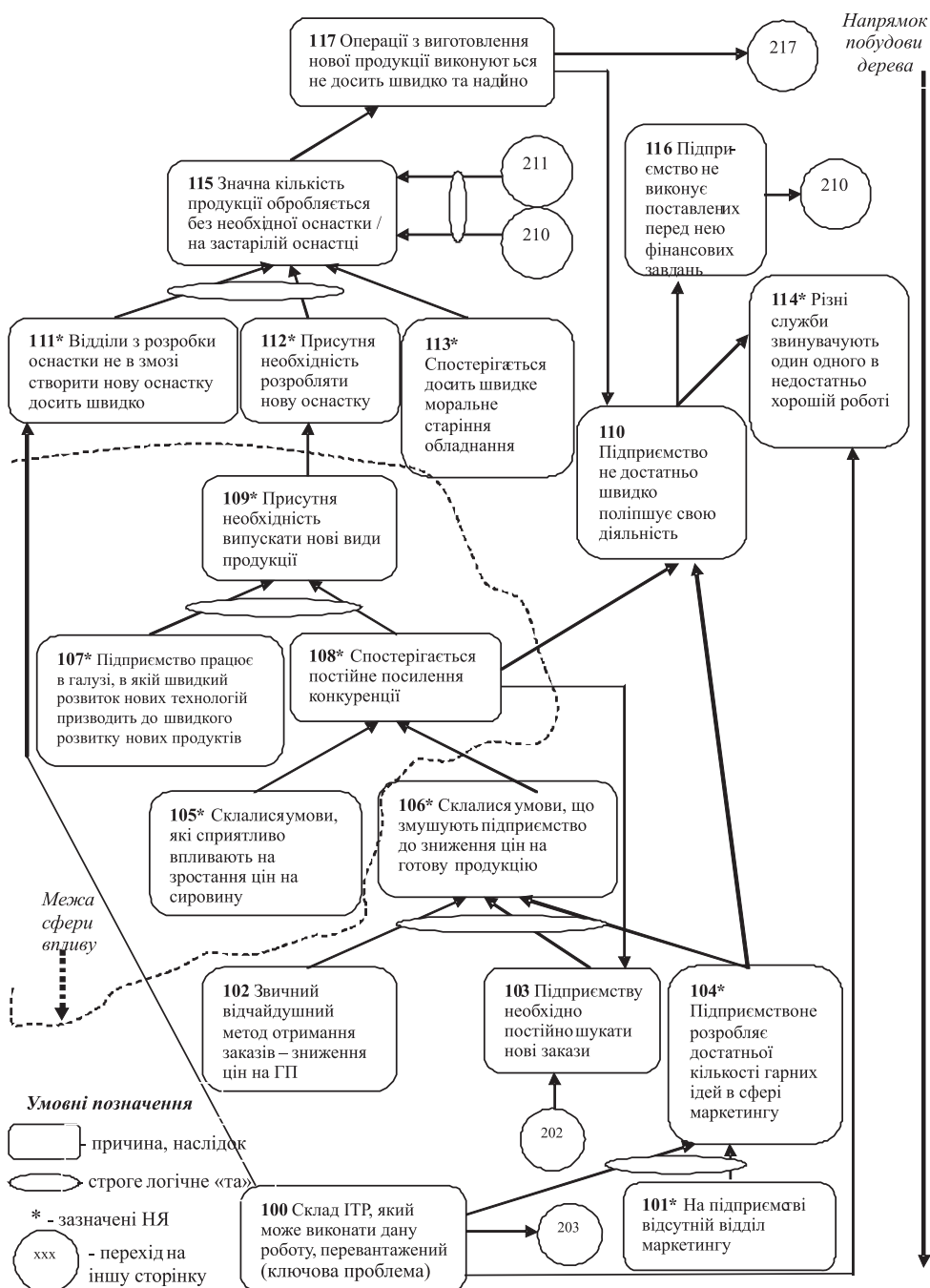


Рис. 2. Дерево поточної реальності для підприємства, що представляє свою продукцію на ринку харчових продуктів (початок).

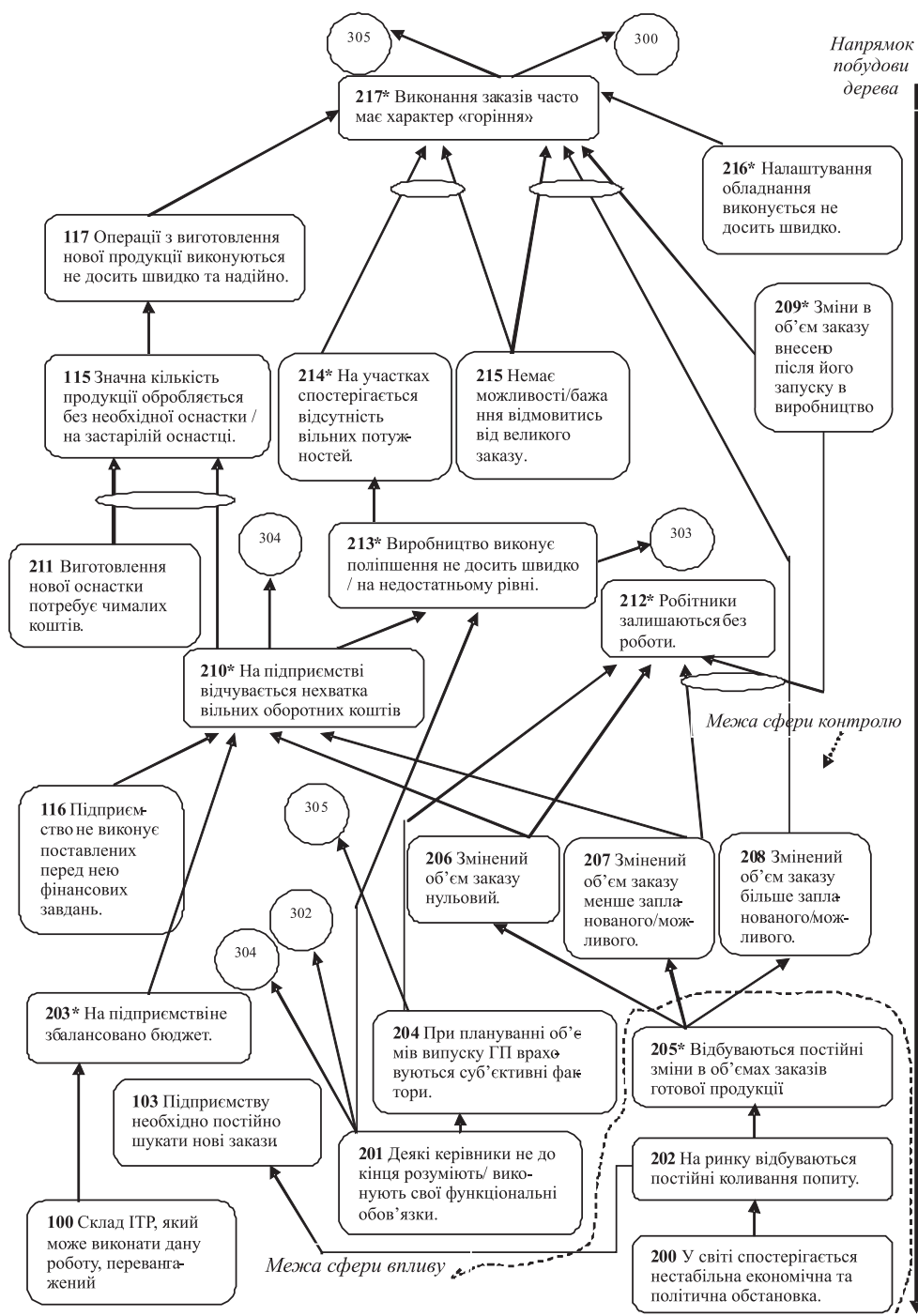


Рис. 3. Дерево поточної реальності для підприємства, що представляє свою продукцію на ринку харчових продуктів (продовження)

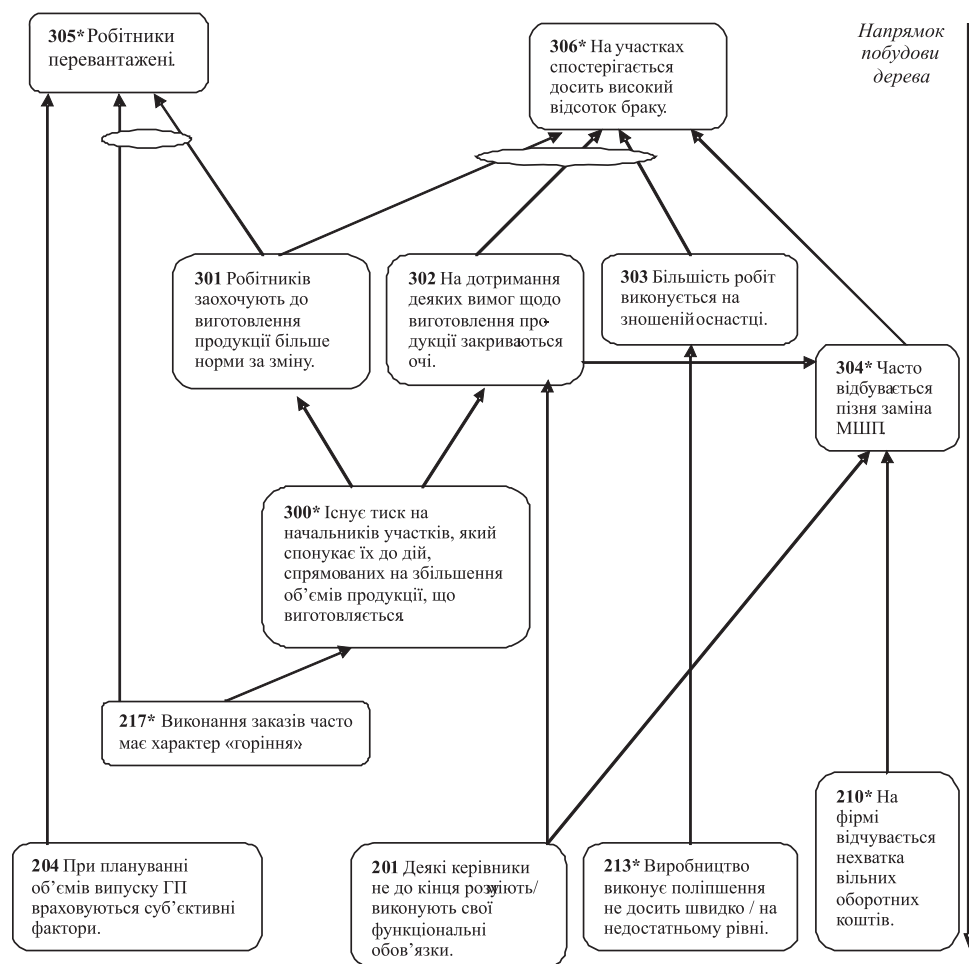


Рис. 4. Дерево поточної реальності для підприємства, що представляє свою продукцію на ринку харчових продуктів (закінчення).

Аналізуючи отримане дерево поточної реальності, визначили, що ключовою проблемою для підприємства є перевантаженість інженерно-технічних робітників різними видами робіт, які інколи не відповідають кваліфікації персоналу. Ключовою дана проблема являється тому, що зв'язки від неї ведуть до 70 та більше відсотків НЯ. Дана проблема знаходиться в зоні контролю підприємством і її можна вирішити своїми силами. НЯ 206 – 208 знаходяться поза зоною контролю, але в зоні впливу. Це говорить про те, що їх вплив можна суттєво зменшити. Деякі НЯ лежать за межею впливу підприємства і, вірогідніше за все, на даний момент підприємство не в змозі хоч якось на них вплинути, якщо вони залишаться після вирішення ключової проблеми. Розв'язавши питання із надмірною перевантаженістю ІТР, підприємство зможе спрямувати свої зусилля на ті проблеми, які залишаться невирішеними після проведення необхідних на даному етапі заходів.

Висновки. За допомогою розумових процесів, описаних в теорії обмежень, проведено аналіз поточного стану підприємства харчової промисловості, виявлено ключову проблему, на усунення якої команда менеджерів повинна спрямувати свої зусилля в

першу чергу. Фокусування на головній проблемі дозволяє економити ресурси підприємства, досягати вагомих результатів, які забезпечують швидке підвищення ефективності діяльності підприємства. Результати застосованого методу можна використовувати для здійснення наступних кроків методики ТОС. Даний метод є перспективним для використання на підприємствах харчової промисловості України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Голдрат Элия. Никогда не говорите: Я знаю / Элия Голдрат — Режим доступа: <http://www.zhurnal.lib.ru>
2. Критическая цепь / Элияху М. Голдратт; пер. с англ. — М.: ТОСЦентр, 2006. — 272 с.
3. Маргарита Черненко. В поисках слабого звена. Как управлять ограничениями / М. Черненко — Режим доступа : [http:// www.bbe.kiev.ua/Articles/Index.html](http://www.bbe.kiev.ua/Articles/Index.html)
4. Стив Новак. Теория ограничений: думайте / С. Новак — Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/manufact/drum-buffer-rope&thinking.shtml>
5. Теория ограничений Голдратта. Системный подход к непрерывному совершенствованию / Уильям Детмер ; пер. с англ. — М. : АНД Проджект, 2007. — 443 с.
6. Только действия изменяют реальность! Опыт внедрения ТОС в украинской компании — Режим доступа: <http://www.management.com.ua/cases/case061.html?print>

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 631115(075.8)

І.П. Мосіюк

*Національний університет
харчових технологій*

І.П. Кудінова

*Національний університет
біоресурсів і природокорис-
тування України*

ФОРМУВАННЯ ТА ВДОСКОНА- ЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ІНФОРМА- ЦІЙНО-КОНСУЛЬТАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНФРАСТРУК- ТУРІ АГРАРНОГО БІЗНЕСУ

*Розглянуто суть і складові меха-
нізму інформаційно-консультаційної ді-
яльності. Наведена модель технології здійс-
нення бізнесового консалтингового про-
цесу.*

Ключові слова: механізм, інформа-
ційно-консультаційна діяльність, аграр-
ний бізнес, консультант.

*Essence and constituents of mecha-
nism of informatively-consultative activi-
ty are considered. The brought model over
of technology of realization of business con-
sulting process.*

Keywords: mechanism, informati-
vely-consultative activity, agrarian busi-
ness, consultant.

В умовах переходу аграрного сектора до ринкової економіки, реформування земельних відносин і відносин власності відбувається процес удосконалення організації сільськогосподарського виробництва, матеріально-технічного забезпечення, фінансово-кредитної політики. На перший план виходять ринкові критерії ефективності, підвищуються вимоги до методів управління. Тому першочерговим для вирішення по-стало питання формування відповідної ринковим умовам господарювання оперативної системи доведення накопичених знань та інформації до сільськогосподарських товаровиробників і сільського населення.

Тому, своєчасним і необхідним є розробка, впровадження та вдосконалення організаційно-економічного механізму інформаційного забезпечення сільськогосподарських товаровиробників і сільського населення.

Теоретико-методологічні аспекти розробки ефективного механізму інформаційно-консультаційної діяльності висвітлено у працях В.Я. Амбросова, Ф.В. Зіновієва, М.Й. Маліка, П.Т. Саблука, М.Ф. Кропивка, В.В. Самсонової та інших вчених. Однак питання формування дієвого механізму інформаційно-консультаційного обслуговування сільськогосподарського виробництва, потребують подальшого наукового обґрунтування і практичного втілення.

Мета дослідження полягає в поглибленні теоретичних та методичних засад механізму інформаційно-консультаційної діяльності для забезпечення інноваційного розвитку агропромислового виробництва.

Реалізація концепції організації системи інформаційно-консультаційного забезпечення АПК України може бути здійснена за рахунок оптимального формування та вдосконалення механізмів консалтингу в агробізнесі.

Механізм консультаційної діяльності в інфраструктурі аграрного бізнесу становить структуру, в межах якої повинні діяти консультаційні установи і господарські одиниці агробізнесу. За допомогою відпрацьованих механізмів консалтингу буде забезпечене оптимальне і результативне функціонування консалтингових структур та їх взаємодія з товаровиробником.

До складових механізму консалтингового підприємництва ми відносимо:

механізм інформаційного забезпечення сільськогосподарських підприємств усіх форм власності і підприємств інфраструктури АПК;

механізм інформаційного забезпечення малого і середнього регіонального бізнесу;

- механізм підготовки кваліфікованих кадрів;
- механізм новітніх технологій консультування;
- механізм взаємовідносин консультанта і клієнта;
- механізм матеріального стимулювання праці консультанта;
- механізм ціноутворення;
- механізм маркетингу консалтингових послуг;
- механізм зворотного зв'язку в інформаційно-консультаційній службі.

Аналізуючи ситуацію на ринку консалтингових послуг України, ми дійшли висновку, що відсутність або не відпрацьованість саме цих механізмів консалтингу заважає оптимальному розвитку сфери інформаційно-консультаційного забезпечення підприємств АПК і взаємодії консультаційних структур з клієнтами.

Той, хто сьогодні планує збудувати структуру регіонального менеджменту і інформаційного забезпечення, зіткнеться з проблемою підготовки кваліфікованих і компетентних співробітників. Нові ринкові стратегії розвитку вимагають якісно нової компетенції від співробітників дорадчих і управлінських структур. На даний час на ринку праці бракує спеціалістів з необхідною освітою і досвідом. При здійсненні більшості регіональних та обласних проектів паралельно відбувається процес самокваліфікації співробітників, що є незадовільним.

Для вирішення цієї проблеми необхідно задіяти всі наявні ресурси науково-освітніх закладів України. Ці установи мають достатній потенціал для організації постійно діючих курсів підвищення кваліфікації для спеціалістів системи менеджменту і дорадництва, а також професійної підготовки фізичних осіб, які проводять дорадчу діяльність. І така робота вже проводиться, наприклад, у Національному університеті біоресурсів і природокористування України, Уманському державному аграрному університеті, Таврійській державній агротехнічній академії, Полтавській державній аграрній академії, Подільському державному аграрно-технічному університеті, Львівському державному аграрному університеті та Львівській національній академії ветеринарної медицини ім. С.З. Гжицького.

Сільськогосподарські товаровиробники ніколи не будуть повністю довіряти консультантам і взагалі звертатися до них за допомогою, коли вони не будуть впевнені в їх кваліфікації і компетентності. За новими вимогами до кваліфікації спеціалістів велика увага приділяється вмінню обробляти інформацію, вибирати необхідний метод консультування і управляти проектом. До профілю вимог належать не лише розробка і впровадження нових стратегій і проектів, а все більше будуть користуватися попитом також базисні знання з маркетингу, регіональної структури, соціальної політики, економіки підприємства.

На рис. 1 схематично зображена модель сучасних ключових характеристик рівня кваліфікації регіонального консультанта.

За запропонованою моделлю до кваліфікації консультанта висуваються наступні вимоги:

- процес-дизайн-компетенція: задум і супроводження процесів розвитку, планування і консультування;
- соціальна/комунікаційна компетенція: комунікабельність у спілкуванні з клієнтами, побудова взаємозв'язків і кооперація;
- наукова компетенція: здібність відбирати інформацію для здобуття знань і управління ними;
- дорадча компетенція: володіння методами консультування;
- проектна компетенція: здібність організувати і управляти проектом;
- політична компетенція: знання регіональної соціальної політики;
- економічна компетенція: знання макро- і мікроекономіки, планування підприємницької діяльності, організації власної справи;
- ринкова компетенція: ідеї, продукти повинні бути позиційовані.

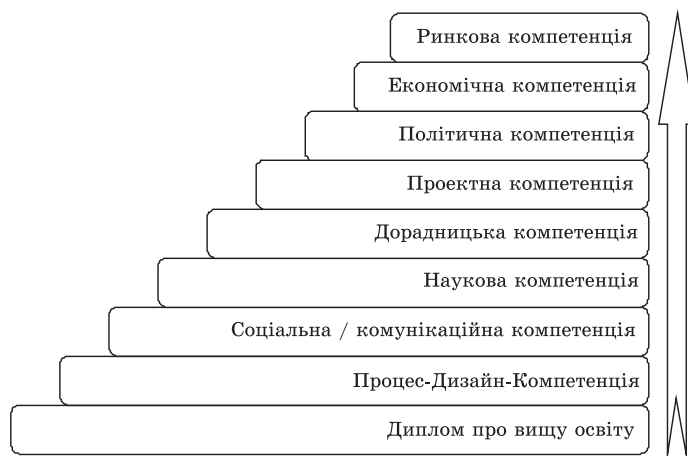


Рис. 1. Модель ключових якостей кваліфікації консультанта

Підвищення попиту на консультаційні послуги призводить до розвитку консалтингової діяльності як особливої, досить прибуткової форми бізнесу. В основу бізнесового консалтингового процесу ми пропонуємо покласти модель технології його здійснення, яка представлена на рис. 2.



Рис. 2. Модель процесу консультування

Ми поділяємо модель процесу консультування на два етапи: підготовчий і етап взаємодії товаровиробника і консультанта. На першому етапі відбувається процес діагностики проблеми товаровиробником і усвідомлення неможливості вирішити цю проблему самотужки. Другий етап відображає технологію проведення консультативного процесу із залученням кваліфікованого консультанта.

Відмітимо, що інформаційно-консультативна діяльність спрямована на підвищення рівня знань сільськогосподарських товаровиробників та сільського населення й призводить до зміни психології (формування ринкових стереотипів мислення і поведінки) та зростання мотивації виробничої і соціальної діяльності у сільських громадах.

Висновки. Підсумовуючи вище сказане зазначимо, що важливими передумовами вдосконалення механізму інформаційно-консультативної діяльності є: бажання сільськогосподарських товаровиробників орієнтуватися в сучасних інформаційних потоках; зростаюча потреба, а отже і підвищення попиту на дані послуги та їх різноманітність; наявність кваліфікованих наукових робітників і практиків виробництва, здатних надати товаровиробнику професійну консультативну допомогу; забезпеченість консультативних структур необхідними методичними, науковими та матеріально-технічними засобами; поінформованість виробників аграрного сектора економіки регіону про дорадчі служби, їх мету та задачі, функції та методи роботи.

Необхідно, щоб наукові установи і дорадчі служби зайняли свою чітко визначену нішу на інформаційному ринку, що буде сприяти функціонуванню вільної конкуренції на ринку інтелектуальних товарів і послуг та органічно вбудовувати систему поширення знань й інформації в інфраструктуру інноваційного ринку АПК, що в свою чергу призведе до підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва та покращення стану сільської місцевості в цілому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Організація управління аграрною економікою: Монографія / За ред. М.Ф. Кропивка. — К.: ННЦ ІАЕ, 2008. — 420 с.
2. Закон України «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність»: Науково-практичний коментар. Р.Я. Корінець, М.П. Гриценко, Ю.М. Берездецький, Ю.Я. Кухарук, М.Ф. Кропивко та ін. / За ред. Р.Я. Корінця. — Львів: НВФ «Українські технології», 2007. — 248 с.
3. Збірник статей міжнародної школи-семінару «Теорія і практика інноваційно-консультативної діяльності» — в рамках Міжнародного Форуму з питань ведення рентабельного високоефективного сільськогосподарського виробництва «ІнтерАГРО 2010». К, Видавничий центр НУБіП України, 2010. — 295 с.
4. Шмідт Р.М., Кропивко М.Ф. Про Реформування системи сільськогосподарського дорадництва в Україні. Колективна монографія. «Інноваційні напрямки розвитку дорадництва». — Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2011. — С. 69 – 74.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 330.101.542

Н.П. Малицька
Буковинський державний
фінансово-економічний
університет

НАУКОВІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЯК СКЛАДОВОЇ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті узагальнено наукові підходи щодо сутності та структури інноваційного розвитку підприємства. Обґрунтовано напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства внаслідок проведення заходів інноваційної політики.

Ключові слова: інноваційний розвиток підприємства, конкурентоспроможність підприємства, інновація, промислове підприємство.

The theoretical basis of the competitiveness of enterprises is disclosed. The scientific approaches to reflect the essence and structure of innovation development are generalized. The attention on the innovation as a means of achieving competitive advantage. The model of innovative development of industrial enterprise is highlighted. It shows the relationship between the commercialization of innovations and increase competitiveness.

Key words: innovation development of enterprises, competitiveness of enterprises, innovation, industrial enterprise.

В сучасних умовах господарювання нагальною проблемою в Україні є визначення та впровадження ефективних економічних заходів щодо стимулювання інноваційного розвитку промислових підприємств. Без цього досягнути сталого зростання економіки неможливо.

Дослідженням різних аспектів інноваційного розвитку промислового підприємства присвячені публікації Й. Шумпетера, К. Фрімена, Р. Фостера, М. Портера, П. Друкера, В. Александрової, В. Гееця, Б. Малицького, Д. Черваньова та інших. Окремі питання щодо значення інноваційного розвитку у структурі забезпечення конкурентних переваг промислового підприємства розкриваються у працях А. Гальчинського, В. Лагутіна, О. Чернеги, Ю. Бажала, О. Лапка, В. Семиноженка, Л. Федулова, А. Чухно та ін.

Недостатньо висвітленими залишаються теоретичні аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємств на основі їх інноваційного розвитку.

Розкриття наукових засад інноваційного розвитку як складової формування конкурентоспроможності підприємств мало на меті узагальнити існуючі наукові підходи щодо сутності та структури інноваційного розвитку.

Дослідження фахівців унаочнюють, що в умовах сучасного розвитку конкурентну перевагу (оптимальний стан взаємозалежності «ціна-якість-витрати») отримують промислові підприємства, які характеризує висока інноваційна активність [1]. Чим вищий рівень конкуренції бізнес-середовища, у якому функціонує підприємство, тим більше зусиль прикладається для підняття якості товару при стримуванні ціни, тим радикальніше вони формують запит, продукують та запроваджують інновації.

Розвиток промислового підприємства може бути визначений як стійке зростання, структурні зрушення, як загалом підприємства так і його складових. Тобто, оскільки розвиток підприємства пов'язаний із трансформаціями організації процесу виробництва, оновленням складу контрагентів, він у сучасних умовах визначається освоєнням інновацій. Інновацію можна визначити як реалізацію нової ідеї у будь-якій

© Н.П. Малицька, 2011

сфері життєдіяльності людини, що сприяє задоволенню потреб ринку та приносить економічний ефект. Інновація завжди комерційний продукт. Вона сприяє підприємству збільшити частку ринку, знизити собівартість продукції, підвищити продуктивність праці тощо. Вона завжди є результатом цілеспрямованого пошуку нарощування конкурентних переваг виробництва. Розробникам інноваційної продукції від неї потрібна економічна ефективність, а не нове знання. Комерціалізація інновації, таким чином, стає однією з ключових складових поширення інновацій. Вона є більш затратною ніж генерація ідей та представлення їх у формі нового продукту чи технології.

Інноваційна діяльність промислового підприємства залежить від розмаїття й структури його зв'язків із джерелами інформації, знань, технологій, практичного досвіду, людських і фінансових ресурсів. Це, у свою чергу, передбачає систему взаємодії підприємства з іншими суб'єктами інноваційної системи: державними інститутами, університетами, політичними структурами, конкурентами, постачальниками й споживачами.

У «Керівництві Осло. Рекомендації зі збору й аналізу даних з інновацій» визначені три типи зовнішньої взаємодії [2]. Відкриті джерела інформації дають можливість опанувати інформацію, яка не потребує взаємодії з її джерелом. Другий тип — це придбання інформації комерційного характеру, зацікавленість у якій пов'язана із оволодінням новими знаннями й технологіями які не вимагають безпосередньої взаємодії із джерелом інформації. Найбільші конкурентні переваги підприємство може одержати внаслідок третього типу зв'язків — інноваційного співробітництва на основі активної взаємодії із іншими підприємствами або державними дослідницькими організаціями для здійснення інноваційної діяльності.

Інноваційний процес — це перетворення наукового знання на нововведення, перехід який здійснює ідея на шляху до перетворення на товар, послугу чи технологію.

Організацію робіт на різних стадіях інноваційного процесу з реалізації різноманітних новацій у рамках певного промислового підприємства називають інноваційною діяльністю [3]. Засадовими принципами її реалізації є: пріоритет інновацій на традиційним виробництвом — наука стає провідною у системі виробничих сил; економічність інноваційного виробництва — комерційний успіх стає основним мірилом ефективності системи продукування новацій; здатність до швидких перебудов у сфері виробництва підприємства — під реалізацію новації може створюватись інноваційна структура, яка може бути не придатною для вирішення інших проблем; взаємопов'язаність та черговість інновацій — інновація може викликати появу нових інновацій основного циклу виробництва так і ряду супутніх йому та, навіть, не пов'язаних із ним.

Інноваційний розвиток промислового підприємства визначений їх розробкою, запровадженням та комерціалізацією.

Інноваціоактивним підприємство може стати за рахунок впровадження комплексу інновацій як безпосередньо нового продукту виробництва, так і процесних інновацій. Інновації стосуються не лише технології виробництва чи пропозиції нового продукту, але й запровадження нових концепцій маркетингу, контролінгу, логістики, взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем.

Основні напрямки й шляхи реалізації інноваційної політики детально розкриті у роботах В. Бикова [4]. У сфері управління інноваційною діяльністю — це розробка та запровадження стратегії інноваційного розвитку, забезпечення конкурентоспроможності бізнесу й інноваційних товарів шляхом оптимізації організаційною структури підприємства. У ній перевага надається інноваційним підрозділам. Менеджмент інновацій спрямований на забезпечення відповідності товарної політики вимогам ринку. Система керування якістю продукції (насамперед ISO серії 2000, NASSR) забезпечує здатність її просуватись на перспективні ринки розвинених країн світу.

Організаційно-структурне забезпечення скеровується на забезпечення функціонування науково-дослідних й дослідно-конструкторських підрозділів здатних формувати адекватний потребам ринку інноваційний «портфель» підприємства. Відділ маркетингу

відповідає за вивчення потреб ринку та просування інноваційної продукції до споживача. Виробнича структура забезпечує технологічне та технічне забезпечення виробництва новітньої продукції та суттєвої модернізації тієї, що вже виробляється. Сервісне обслуговування спрямоване на формування та підтримку конкурентних переваг підприємства за рахунок забезпечення надійного функціонування системи промислового виробництва.

У сфері юридичного забезпечення гарантується захист інтелектуальної промислової власності. У сфері технологічного забезпечення впроваджуються нові технологічні процеси. У сфері фінансового забезпечення досягається стале залучення інвестиційних та інших видів фінансових ресурсів для реалізації інноваційних проєктів, фінансування технічного переозброєння, нарощування та підтримки кадрового потенціалу.

У сфері кадрового забезпечення відбір персоналу, необхідного для здійснення інноваційного розвитку, підвищення його кваліфікації, створення умови для творчого й професійного росту.

Здатність підприємства до інноваційного розвитку визначається рядом чинників (кадрове забезпечення, відкритість до застосування нового знання, технологій, системи управління тощо) і може бути розглянутою на 4 стадіях [5].

Першу стадію характеризує наявний рівень розвитку підприємства та можливості переходу на інноваційну модель його розвитку. Відповідно, на шляху до становлення інноваційної моделі розвитку підприємства, насамперед, визначається кадрове забезпечення, технологічна відповідність сучасному рівню виробництва, стан технічного забезпечення, фінансовий стан підприємства та інші складові його інноваційного потенціалу. Потенціал підприємства щодо запровадження ефективної інноваційної діяльності визначений: — станом фінансових і матеріально-технічних ресурсів на підприємстві; — здатністю до реалізації науково-технічної діяльності та залучати передові розробки та технології; — наявністю на підприємстві ефективних системи керування якістю; — запровадженням системи стимулювання інноваційної діяльності на підприємстві; — державною підтримкою проведення інноваційної політики.

Друга стадія досягається шляхом визначення першочергових завдань, що потребують вирішення для переходу на інноваційний розвиток. На цій стадії виявляють причини, які перешкоджають такому переходу, та розробляється відповідна стратегія його забезпечення.

Отриманий результат дозволяє перейти до організаційної стадії забезпечення інноваційного розвитку підприємства, яка передбачає реорганізацію підприємства загалом чи його основних структур (технологічної, управлінської та ін.). Лише проходження визначених стадій переходу на інноваційну модель розвитку підприємства дозволяє на останній стадії поетапно реалізувати розроблену стратегію та запроваджувати відповідні інновації.

Контроль за ефективністю такого розвитку та його оптимізація передбачають повторне проходження визначених стадій з метою виявлення нових шляхів та альтернатив забезпечення інноваційного розвитку підприємства. Функціонування інноваційно-активного підприємства характеризує складний процес пошуку ефективного запровадження різновидних новацій.

Внесок інновацій у рентабельність фірми оцінюється, як різниця між витратами на інновацію й доходами від її здійснення. Особливо важливий внесок інновації в конкурентоспроможність фірми. Про цей внесок можна судити за впливом факторів інновації на такі параметри конкурентоспроможності фірми, як забезпеченість замовленнями й завантаження потужностей. Конкурентоспроможність в умовах сучасної України формується в умовах недосконалої конкуренції. Ринкова ніша інновації залежить не тільки від її якостей, але й від якостей самих ринків і тої соціально-інституціональної системи, у якій виникло нововведення. Ці якості супроводжують його на ринку.

Істотне розходження параметрів інноваційної діяльності промислового підприємства фіксується на основних етапах інноваційного процесу. На підготовчому етапі мобілізується творчий потенціал персоналу. Як правило 3 – 5 однодумців здійсню-

ють вибір інновації. Для пошуку ефективного рішення не використовуються складні аналітичні розрахунки. Велике значення в ухваленні рішення мають інтуїція, розрізнені думки зовнішніх експертів, політична вигода. У проектну стадію інноваційний процес переводиться за допомогою постановки й рішення інженерних завдань, створенням технічного проекту. Впровадження інновацій вимагає координування ходу робіт з монтажу встаткування, його налагодженню й т.д. Виробничий етап пов'язаний з облаштуванням приміщень, доведенням механізмів до робочого стану, індивідуальним навчанням фахівців. Ринковий етап інноваційного процесу в умовах сучасної України мало вивчений. Він пов'язаний з формуванням попиту на інноваційний продукт.

Аналіз життєвого циклу інновації свідчить, що важливо не тільки першим вийти на ринок нововведення, але й не спізнитися піти з ринку застарілої продукції й першим прийти з новітньою продукцією. Така стратегія дозволяє промисловому підприємству контролювати основні джерела нових можливостей і використовувати шанси, що надаються ринковим середовищем. Вона й служить базовою інноваційною стратегією ділової організації.

Необхідність фінансування ризикових проектів викликала існування особливої форми фінансування інноваційного процесу — венчурного капіталу. Венчурне підприємство спрямоване на задоволення потреб людей шляхом створення і впровадження у виробництво нових технологій, товарів, послуг та просування їх на ринок з метою отримання прибутку як винагороди за ризик, що виникає внаслідок вкладання капіталу в реалізацію дуже ризикових проектів з використанням нового знання.

Ефективність функціонування інноваційного підприємства в умовах сучасної України у значній мірі визначена рівнем правових знань щодо інноваційної діяльності. Важливі ініціювання та підтримка з боку держави соціальних та управлінських інновацій, як середовища формування запиту на інші види інновацій. Ефективними є не часткові новації щодо випуску певного виду продукції, а широкий спектр інноваційної діяльності підприємства, яка забезпечує цикли від генерування ідей щодо інновацій до їх запровадження. Без відповідної підтримки та удосконалення система запровадження інновацій існувати нездатна.

Основним недоліком системи продукування та запровадження інновацій в Україні можна назвати низький рівень врахування в інноваційному процесі конкретних потреб промислового підприємства, що обумовлена їх відірваністю продуцентів новацій — ідей та концепцій їх запровадження на практиці. В таких умовах створена за рахунок наукових досліджень інноваційна продукція проходить важкий шлях до комерційного успіху та конкурентоздатності на ринку. Часто саме останній визначає напрями наукових досліджень, а не навпаки. У таких умовах інноваційний потенціал (який є значним у більшості підприємств) дуже складно задіяти. Його можна формалізувати шляхом оцінки здатності підприємства сприймати інновації, інноваційної активності та конкурентоздатності підприємства загалом [6].

Виробнича та інноваційна підсистеми промислового підприємства є рівнозначними та взаємодоповнюючими. Виробництво в умовах запровадження інноваційної моделі розвитку є визначальним базисом, який відображає здатність підприємства продукувати та запроваджувати інновації.

Інноваційна політика промислового підприємства визначає його інноваційну стратегію, мету, принципи і пріоритети інноваційної діяльності підприємства, а, також, критерії прийняття стратегічних рішень, системи інноваційного менеджменту в організації. Управління інноваційною діяльністю — це цілісна сукупність циклічних бізнес процесів. Розробка інноваційної політики передбачає використання двох підходів [74, с. 179]: 1. одержання значного прибутку впродовж певного відрізка часу за рахунок «піонерства» у певній сфері виробництва, та як наслідок, зниження собівартості й росту попиту на продукцію; 2. завоювання невеликого сегмента ринку з мінімальним прибутком з наступним збільшенням частки на ринку й прибутку.

Підвищення конкурентоспроможності продукції внаслідок проведення заходів інноваційної політики визначається: підвищенням рівня технологічного розвитку та експортної орієнтації виробництва; підвищенням якості продукції та рівня її сертифікації; оновленням та удосконаленням.

Висновки. Інноваційна діяльність у середовищі промислового виробництва є сукупністю циклічних бізнес процесів, які спрямовані на завоювання та підтримання конкурентних переваг виробництва та продукції. Більшість сучасних популярних економічних теорій та концепцій розглядають інновації як аспект ділової стратегії або як складову інвестиційних рішень, спрямованих на створення потенціалу для розробки продуктів або підвищення ефективності виробництва. Інноваційна модель розвитку промислового підприємства відображає значущість для комерціалізації новацій та підвищення на основі цього конкурентоспроможності підприємства взаємоузгодженості інноваційної діяльності основних підрозділів підприємства із продукування ідеї новації, продукування виробництва новаційної продукції або новаційних процесів, просування новаційної продукції на ринку та її сервісної підтримки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гурков И.Б. Конкурентоспособность и инновационность российских промышленных предприятий: взаимосвязи и влияние государственной экономической политики (по результатам массового опроса руководителей промышленных предприятий) / И.Б. Гурков, Е.М.Аврамова, В.С.Тубалов. // Вопросы экономики, № 2, 2005 — с. 40 — 53.
2. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям [Совместная публикация ОЭСР и Евростата]. — Третье издание. — Москва, 2010.
3. Сорокин А. В. Резервы повышения эффективности инновационной деятельности промышленных предприятий: дис. канд. экон. наук.: 08.00.05 / Сорокин Андрей Владимирович. — Москва, 2006. — 196 л.
4. Быков В.А. Формирование инновационной системы промышленного предприятия / Быков В.А. // Промышленная политика в Российской Федерации. — 2008. — №8 . — С. 71 — 77.
5. Помулева Н. С. Совершенствование методов оценки человеческого капитала в интересах инновационного развития предприятий: дис. канд. экон. наук.: 08.00.05 / Помулева Наталья Сергеевна. — Иркутск — 2011. — 187 л.;
6. Пешко А. В. Формування і розвиток реальної економіки в Україні: Монографія / А. В. Пешко. — Ужгород: Патент, 2005. — 232;
7. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента / Бланк И. А. — Киев: Эльта-Н, Ника-Центр, 2001 — 312 с.
8. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью / Зинов В.Г. — М.: АНХ, Центр коммерциализации технологий, 2003. — 512 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 330.341.11

Ю.Г. Левченко
Національний університет
харчових технологій

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В статті проаналізовано стан інноваційної діяльності промислових підприємств Київської області. Виявлено проблеми та перешкоди здійснення інноваційної діяльності. Запропоновано шляхи покращення інноваційного розвитку Київської області.

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, інвестиції, витрати, прибуток, підприємство.

The article analyzed the innovation of industrial enterprises of Kyiv region, identified problems and obstacles of innovation, proposed ways to improve the innovative development of the Kiev region.

Key words: innovation, innovation, investments, expenses, profit, enterprise.

Впровадження інновацій у промисловості Київської області безпосередньо впливає на кінцевий результат діяльності підприємств, а саме на випуск та реалізацію інноваційної продукції, як на вітчизняному, так і на зовнішньому ринку.

У науковій літературі дослідженням проблеми інноваційної діяльності присвячено праці багатьох відомих українських економістів. Зокрема, питання інноваційного розвитку економіки загалом висвітлювали Л.І. Федулова [6,7]; фінансового забезпечення інноваційного розвитку. — Д.Ф. Крисанов [3]; державного управління інноваціями — М.В. Гаман [2]. Водночас багато питань, пов'язаних з дослідженням інноваційної діяльності промислових підприємств потребують поглибленого вивчення.

Світова криза та політичні події в Україні, зумовлені постійним перерозподілом влади, спричинили ситуацію стримування інноваційного розвитку нашої держави, зокрема Київської області. Розглядаючи цю проблему, варто зазначити, що впродовж останніх років уряд ухвалив багато постанов, рішень та програм, спрямованих на підвищення результативності інноваційної діяльності підприємств, однак більшість з них не вдалося в повному обсязі реалізувати в реальній економіці. У цих умовах виникають економічні суперечності між інтересами держави та підприємствами, орієнтованими на інноваційний шлях розвитку, вирішення яких потребує ґрунтовних досліджень.

За даними проведеного обстеження в Київській області у 2009 році інноваційною діяльністю займалися 39 підприємств (проти 49 у 2008 р. та 74 у 2000 р.), або 8 % від загальної кількості обстежених.

Серед 39 підприємств Київської області, що впроваджували інновації у 2009 році 23 підприємства або 4,7 % проводили комплексну механізацію та автоматизацію виробництва проти 36 або 7,3 % у 2008 році; 19 підприємств або 3,9 % впроваджували нові технологічні процеси, з них 6 підприємств або 1,2 % впроваджували маловідходні, ресурсозберігаючі та безвідходні проти 10 підприємств або 2 % у 2008 році; 22 підприємства або 4,5% освоїли виробництво нових видів продукції проти 29 підприємств або 5,9 % у 2008 році; 36 підприємств або 7,4 % реалізували інноваційну продукцію проти 46 або 9,4 % у 2008 році.

Отже, інноваційна активність промислових підприємств Київської області впродовж останніх років не тільки залишається на низькому рівні, а ще і має негативну тенденцію.



Рис. 1. Кількість підприємств, що впроваджували інновації та їх питома вага у загальній кількості промислових підприємств

Лідером за кількістю промислових підприємств, що впроваджували інновації є м. Фастів — 8 підприємств у 2008 – 2009 рр. Друге місце займає Обухівський район — 5 підприємств, третє — Київ-Святошинський район — 3 підприємства. У Вишгородському, Ставищанському, Таращанському, Тетіївському, Фастівському, Миронівському, Кагарлицькому та м. Ржищів жодне підприємство не займалося інноваційною діяльністю на протязі 2008 – 2009 рр.

Дослідження показали, що інновації найбільш активно в останні роки впроваджувались на підприємствах колективної форми власності (87,0 %) та державних підприємствах (11,8 %). В той же час інноваційною діяльністю на підприємствах комунальної форми власності та власності міжнародних організацій займалися всього по одному підприємству.



Рис. 2. Впровадження інновацій на промислових підприємствах

Майже кожне друге інноваційно активне підприємство у 2009 році впроваджувало нові види продукції, кількість яких становила 75 найменувань, що на 38,5 % менше, ніж у 2008 році. Серед нових видів, як і у попередні роки, домінувала продукція підприємств хімічної та нафтохімічної промисловості (27 найменувань, або 36,0 % загальної кількості освоєних), а також із виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (16 найменувань, або 21,3 %). Найбільш позитивно в цьому напрямку спрацювали підприємства м. Біла Церква (36 найменувань), м. Ірпінь (8 найменувань), Переяслав-Хмельницького та Білоцерківського районів (6 та 5 найменувань відповідно).

Нові методи продажу, включаючи значні зміни в дизайні або упаковці продукції, його складуванні та просування на ринок, впроваджували 9 підприємств, нові організаційні методи у своїй діяльності — 8 підприємств.

Таблиця 1. Основні показники інноваційної діяльності промислових підприємств Київської області

	2000	2005	2007	2008	2009
Кількість промислових підприємств, що реалізували інноваційну продукцію	72	39	42	46	36
у тому числі за межі України	14	9	11	14	15
Загальний обсяг фінансування технологічних інновацій, млн. грн.	11,8	30,7	306,6	132,9	155,2
Загальний обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг), млн. грн.	3880,8	10479,3	17607,2	22167,5	22618,6
у тому числі інноваційної	202,2	309,3	515,5	617,8	512,2
із неї за межі України	66,8	43,5	142,8	203,6	106,4
Кількість підприємств, що придбали нові технології (технологічні досягнення)	9	4	10	20	3
в Україні	6	2	6	16	3
за межами України	3	2	4	4	—
Кількість придбаних нових технологій (технологічних досягнень)	16	6	45	36	3
в Україні	13	4	32	30	3
за межами України	3	2	13	6	—

Як видно із табл. 1, незважаючи на збільшення обсягів фінансування технологічних інновацій на 22,3 млн. грн. або 16,8 % у 2009 році порівняно з 2008 р. відбулося зменшення на 10 підприємств, що реалізували інноваційну продукцію. Під інноваційною продукцією розуміють продукцію, яка є новою або значно удосконаленою в частині її властивостей або способів використання. Новими продуктами вважаються товари та послуги, що суттєво відрізняються своїми характеристиками або призначенням від продуктів, що виготовлялися підприємством раніше.

У 2009 р. інноваційну продукцію реалізували 36 підприємств області на суму 512,2 млн. грн., що становило 2,3 % загального обсягу реалізованої промислової продукції проти 617,8 млн. грн. і 2,8 % у 2008 р.

Більша за середню по області частка продукції була реалізована підприємствами з оброблення деревини та виробництво виробів з деревини, крім меблів (10,5 %), хімічної та нафтохімічної промисловості (6,1 %), легкої промисловості (4,4 %), а також з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (3,6 %); територіально — Іванківського (43,7 %), Переяслав-Хмельницького (17,5 %), Згурівського (16,2 %) районів, а також міст Фастів та Березань (18,5 % та 12,9% відповідно).

На семи підприємствах області реалізовано продукцію, що була новою для ринку України, на суму 318,2 млн. грн. Продукцію, що була новою виключно для підприємства, реалізувало 31 підприємство, що на 26,2 % менше, ніж у 2008 р. Обсяг такої продукції становив 194,0 млн. грн. проти 317,1 млн. грн. у 2008 р.

Обсяг інноваційної продукції, експортованої за межі України у 2009 р., різко скоротився і становив 106,4 млн. грн. проти 203,6 млн. грн. у 2008 р., що становило 20,8 % від загального обсягу реалізованої інноваційної продукції. Понад дві третини експортованої інноваційної продукції (75,7 %) припадало на підприємства хімічної та нафтохімічної промисловості. Підприємствами машинобудування експортовано лише 2,2 % такої продукції. Територіально серед підприємств-експортерів помітно домінували підприємства міст Біла Церква та Бориспіль, а також підприємства Обухівського району, на які припадало відповідно 67,8 %, 9,2 % та 9,1 % загального обсягу експортованої інноваційної продукції.

У 2009 р. відбулося значне зменшення порівняно з 2008 р. як кількості підприємств, що придбали нові технології, а саме на 17 підприємств або 85 %, так і самої кількості придбаних нових технологій — на 33 або 91,7 %. І якщо на території України нові технології у 2009 р. придбало 16 підприємств, то у 2008 р. тільки 3 підприємства, за межами України взагалі жодне підприємство не купувало нові технологічні досягнення.

Протягом 2009 р. з метою впровадження нового чи значно поліпшеного способу виробництва продукту, підприємствами області було придбано лише 3 нові технології проти 36 у 2008 р.

Структуру витрат на технологічні інновації у Київській області за напрямками подано у таблиці 2.

Таблиця 2. Розподіл загального обсягу витрат за напрямками інноваційної діяльності

	тис. грн			у % до загального обсягу		
	2005	2008	2009	2005	2008	2009
Усього	30672,8	132997,9	155218,6	100,0	100,0	100,0
<i>у тому числі за напрямками</i>						
дослідження і розробки	799,8	4262,7	3946,4	2,6	3,2	2,6
внутрішні науково-дослідні роботи		2272,6	1350,5		1,7	0,9
зовнішні науково-дослідні роботи		1990,1	2595,9		1,5	1,7
придбання нових технологій ¹	53,8	297,4	22,3	0,2	0,2	—
придбання машин, обладнання, установок, інших основних засобів та капітальні витрати пов'язані з упровадженням інновацій ²	5625,5	118386,1	141942,5	18,3	89,0	91,4
маркетинг, реклама ³	7479,0		...	24,4	...	...
Інші	1787,5	10051,7	9307,4	5,8	7,6	6,0

За даними таблиці 2 видно, що основним напрямом інноваційних витрат підприємств залишається придбання і запровадження у виробництво машин, обладнання, устаткування та інших основних засобів. Негативним моментом вважаємо скорочення витрат на дослідження і розроблення, від яких безпосередньо залежить подальший розвиток і запровадження результатів інноваційної діяльності. Така ситуація вказує на фінансування процесів впровадження нововведень, які у відносно короткий термін здатні забезпечити окупність вкладених коштів.

Особливості кількісних та якісних характеристик інноваційних витрат вітчизняної промисловості багато в чому визначаються умовами фінансування інновацій, які сформувалися в Україні. Структуру інноваційних витрат за джерелами фінансування у Київській області наведено у табл. 3.

З табл. 3 спостерігаємо, що головним джерелом фінансування інноваційної діяльності є власні кошти підприємств (134,9 млн. грн), питома вага яких у 2009 р. становила 86,9 % у загальному обсязі фінансування технологічних інновацій.

Незважаючи на те, що у більшості країн світу основним джерелом інноваційної діяльності є бюджетні кошти, у Київській області їхня частка впродовж багатьох років була незначною — 2,6 — у 2008 р. та 0,2 у 2009 р. Частка кредитних коштів, використаних підприємствами, у загальному обсязі фінансування інновацій у 2008 р. зросла до 58,7 млн грн і становила 44,1 %, а у 2009 р. зменшилась до 19,9 млн. грн (12,9 %). Переважно таке джерело недоступне через високу вартість послуг з надання чи обслуговування кредитів. Крім цього, наявна ситуація в сучасному банківському

секторі свідчить про їхній суперечливий характер. Кошти місцевих бюджетів на здійснення інноваційної діяльності протягом двох останніх років не виділяли. Від вітчизняних інвесторів на розвиток інноваційної діяльності у 2009 р. коштів не надходило, а у 2008 р. надійшло 181 тис. грн (0,1 % від обсягу фінансування інноваційних витрат). Кошти іноземних інвесторів у 2008 – 2009 рр. не залучались, що свідчить про несприятливий інвестиційний клімат в області, та й в Україні загалом.

Таблиця 3. Розподіл загального обсягу фінансування інноваційної діяльності за джерелами

	2000		2008		2009	
	тис. грн.	у % до загального обсягу	тис. грн.	у % до загального обсягу	тис. грн.	у % до загального обсягу
Усього	11816,7	100,0	132997,9	100,0	155218,6	100,0
у тому числі за рахунок коштів						
власних	9951,4	84,2	67488,0	50,7	134881,6	86,9
державного бюджету	162,0	1,4	3400,0	2,6	350,0	0,2
вітчизняних інвесторів	20,7	0,2	181,0	0,1	—	—
іноземних інвесторів	1682,6	14,2	—	—	—	—
кредитів			58662,3	44,1	19987,0	12,9
інших джерел	—	—	3266,6	2,5	—	—

Висновки. Проаналізувавши інноваційну діяльність Київської області можна виділити такі чинники, які стримують інновації: недостатня фінансова підтримка держави, нестача власних коштів, відсутність фінансових коштів у замовника, низький платоспроможний попит на нову продукцію, великі витрати на нововведення, високий економічний ризик, тривалий термін окупності нововведень, нестача інформації про нові технології, нестача інформації про ринки збуту, несприйнятливість підприємства до нововведень, нестача можливостей для кооперації з іншими підприємствами і науковими організаціями, недосконалість законодавчої бази.

Інноваційний розвиток підприємств Київської області повинен бути пов'язаний, по-перше, з оновленням основних виробничих засобів, які мають стати головним джерелом збільшення обсягів виробництва, по-друге, із створенням умов для виготовлення конкурентоспроможної продукції, а по-третє, зі збільшенням обсягів витрат на інновації. Інноваційна політика мусить орієнтуватись на створення такої економічної системи, яка б підтримувала розвиток радикальних інновацій, забезпечувала сприятливі умови для їхньої реалізації, на розподіл ресурсів таким чином, аби вони відповідали структурі потреб пріоритетних напрямів соціально-економічного розвитку держави.

У подальших дослідженнях потрібно вивчити досвід розвинених країн та запровадити його в національну економіку. Особливу увагу доцільно зосередити на витратах на інноваційні процеси, від обсягів та структури яких безпосередньо залежить активізація інноваційної діяльності. Оскільки витрати на інноваційні процеси багато вчених розглядають здебільшого фрагментарно, вони потребують системної класифікації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 18 вересня 2002 р. // Урядовий кур'єр. — 2002. — № 143. — С. 3 – 4.
2. Гаман М.В. Державне управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід: монографія. — К. : Вид-во «Вікторія», 2004. — С. 104 – 131.

3. Карасик О.М., Крисанов Д.Ф. Фінансування та результативність інноваційної діяльності у харчовій промисловості України. Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vddfa/2008_2/2/5%20Karasik.pdf

4. Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2009 році // Держкомстат України. — К., 2010. — 371 с.

5. Статистичний збірник. Інноваційна діяльність у Київській області в 2009 р. За редакцією Сметани П.Т. К. : 2010. — 127 с.

6. Федулова Л.І. Організаційні механізми формування результативної регіональної інноваційної системи // Стратегічні пріоритети, 2009. — №4 (13). — С. 157 – 165.

7. Федулова Л.І. та ін. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика. — К. : Вид-во «Основа». — 2005. — 552 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 658.012.8

Т.М. Іванюта
Національний університет
харчових технологій

СУЧАСНЕ БАЧЕННЯ ТРАКТУВАННЯ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Дана наукова праця присвячена вивченню поняття економічної безпеки підприємства. Автором розглянуто та проаналізовано позиції науковців та практиків щодо визначення понять «безпеки», «економічна безпека» та «економічна безпека підприємства» та запропоноване на цій основі власне бачення трактування цих понять.

Ключові слова: безпека, економічна безпека, економічна безпека підприємства

The article is devoted the study of concept of economic security of enterprise. Positions of research workers and practical workers are considered an author and analyzed in relation to determination of concepts «safety», «economic security» and «economic security of enterprise» and own vision of interpretation of these concepts is offered on this basis.

Key words: safety, economic security, economic security of enterprise

В сучасних умовах господарювання, пов'язаних з кризовими ситуаціями, політичною нестабільністю, неузгодженістю та недосконалістю правової бази, відсутністю науково обґрунтованої концепції реформ, криміналізації бізнесу, підвищується зацікавленість науковців та підприємців питаннями пов'язаними із забезпеченням економічної безпеки господарювання.

Добре відоме в практичній діяльності управлінських структур західних країн поняття економічної безпеки лише поверхово досліджене вітчизняними науковцями. Дещо глибше дане поняття вивчається російськими дослідниками.

Слід зазначити, що розробка теорії саме економічної безпеки підприємства (підприємництва) знаходиться ще на початковій стадії. Найбільшу увагу цьому питанню приділяють Чернявський А.А., Андрощук Г.А., Крайнев П.П., Нікіфоров Г.К., Грунін О.А. та Грунін С.О., Доронін А.І., Духов В.Є, Ярочкін В.І., І.М. Кузнецов та інші. Але в науковій літературі, що стосується економіки, підприємництва та безпеки зокрема, сутність економічної безпеки, її елементів, функцій, завдань та структури наводиться не завжди повно та чітко.

Отже, питання чіткого розуміння понять безпеки, економічної безпеки та економічної безпеки підприємства для вітчизняних підприємств в сучасних умовах є надзвичайно актуальним та потребує глибокого та детального вивчення.

Метою даної наукової роботи є узагальнення поглядів науковців та удосконалення поняття економічної безпеки підприємства, що відповідатиме вимогам господарюючого суб'єкта в сучасних жорстких умовах ринку.

Для глибокого досліджування економічної безпеки підприємства необхідно спочатку з'ясувати, що розуміється під безпекою. Термін «безпека» почали використовувати ще у ХІІ сторіччі. На той час це означало спокійний стан духу людини, яка вважала себе захищеною від будь-якої небезпеки. Поняття «національна безпека» ввів в 1904 році Президент США Теодор Рузвельт [4].

На сучасному етапі в науковій літературі та в нормативних документах не існує єдиного розуміння безпеки.

Великий тлумачний словник сучасної української мови, «Толковый словарь живого великорусского языка» В.І. Даля та «Словарь русского языка» С.І. Ожогова визначають безпеку як повну відсутність загрози, що в реальному житті не може бути забезпечене.

© Т.М. Іванюта, 2011

Доктор економічних наук В.Л. Тамбовцев вважає безпекою такий стан суб'єкта, який означає, що ймовірність небажаної зміни яких-небудь якостей суб'єкта, параметрів майна, що йому належить, та зовнішнього оточуючого середовища невелика (менша визначеної межі) [9]. В цьому трактуванні позитивним є те, що автор характеризує безпеку як мінімальну небезпеку, але стан суб'єкта може трактуватись як *constanta*, тобто не враховується розвиток (динамізм).

В науковій роботі «Основы экономической безопасности» автори визначають безпеку як стан та тенденцію розвитку захищеності життєво важливих інтересів соціуму та його структур від зовнішніх та внутрішніх загроз [6]. В даному визначенні враховується постійна зміна середовища та об'єкта, але при цьому не знайшов відображення постійний мінімальний ризик, якого не можна уникнути або передбачити.

Науковці Грунін О.А. та Грунін С.О., взявши за основу вищенаведені формулювання визначають безпеку, як такий стан об'єкта, при якому йому не загрожує небезпека, зберігається його незалежність, надійність, цілісність, є захищеність від небезпек або існуючих загроз. Тобто безпека будь-якого досліджуваного об'єкта свідчить, що він в стані вирішити поставлені перед ним завдання, а у випадку виникнення різного роду непередбачуваних обставин, небезпек або загроз в стані від них захиститись або відновити свою працездатність [4]. Позиція авторів з цього питання не враховує можливість розвитку об'єкта, а лише його необхідну діяльність, що спрямована на подолання загроз.

В.К. Сенчагов визначає безпеку як «состояние объекта в системе его связей с точки зрения способности к самовыживанию и развитию в условиях внутренних и внешних угроз, а также действия непредсказуемых и трудно прогнозируемых факторов» [7]. Таке розуміння безпеки є, на нашу думку, завданням системи безпеки.

Брягин О.В., виходячи з того, що небезпека може виходити від когось або чогось та направлена на когось або щось, дає визначення безпеки як «сохранение свойств объекта при воздействии на него угроз со стороны потенциального противника» [3]. Дане положення не враховує, що безпека це відсутність або мінімальний рівень загроз, також таке визначення характеризує швидше завдання системи безпеки.

Аналіз літературних джерел довів, що більшість авторів розглядають «безпеку» враховуючи окремо певні моменти, що, на нашу думку, є важливими для формулювання даного поняття, а саме:

мінімальну небезпеку [9];

постійну зміну середовища та об'єкта [6, 7];

необхідність забезпечення діяльності (існування) [3, 4, 7].

Але в цих визначеннях знайшли відображення деякі негативні позиції, що, на нашу думку, потребують вдосконалення. Основними з них є:

трактування безпеки як повної відсутності загроз, що в реальному житті не може бути забезпечене [4, 6];

визначення стану об'єкту як *constanta* [4, 9];

формулювання стану об'єкту, при якому його необхідна діяльність спрямована на подолання загроз [4].

Враховуючи зазначені зауваження нами пропонується розглядати безпеку як стан об'єкта, при якому досягається усунення або мінімізація впливу небезпек та загроз до прийнятного рівня й забезпечується здійснення необхідної діяльності (існування) та можливість розвитку.

Таке визначення враховує динамізм зовнішнього середовища, постійно наявний ризик, забезпечує вирішення поставлених перед об'єктом завдань та передбачає можливість його (об'єкта) розвитку.

На сучасному етапі поняття «економічна безпека» також має велику кількість різноманітних визначень. Російський вчений Л.І. Абалкін в статті «Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение» зазначав, що економічна безпека —

це сукупність умов та факторів, що забезпечують незалежність національної економіки, її стабільність та стійкість, здатність до постійного оновлення та самовдосконалення [1].

Автори «Основ экономической безопасности» вважають, що національна економічна безпека являє собою такий стан економіки та інститутів влади, при якому забезпечується гарантований захист національних інтересів, гармонійний, соціально спрямований розвиток країни в цілому, достатній економічний та оборонний потенціал навіть при найбільш несприятливих варіантах розвитку внутрішніх та зовнішніх процесів [8].

На думку Груніна О.А. та Груніна С.О. економічною безпекою є такий стан народного господарства, який дозволяє задовольнити всю сукупність реальних, дійсних економічних потреб суспільства, забезпечує його економічну незалежність, стабільний та стійкий розвиток, прогрес, гідне рівноправне положення в світовому господарстві, надійну, тобто яка не дозволяє скочуватись за критичну межу, захищеність від внутрішніх та зовнішніх загроз і впливу непередбачуваних та важкопрогнозованих факторів [4].

Виходячи з наведених визначень, можна зробити висновок, що поняття «економічна безпека» отожднюється з «економічною безпекою держави» або «національною економічною безпекою» і під цим поняттям розуміють можливість народного господарства динамічно розвиватися, задовольняти реальні потреби суспільства, забезпечувати економічну незалежність держави і протидіяти загрозам та небезпекам.

Для суб'єктів господарювання в сучасних умовах найбільш важливою є економічна безпека підприємства. Найчастіше економічну безпеку зводять до протистояння економічним злочинам, але, на нашу думку, ця економічна категорія більш широка та ємна. Розглянемо деякі позиції вчених щодо даного поняття.

І.М. Кузнецов визначає економічну безпеку як такий стан виробничих відносин та організації інформаційно-правових зв'язків, матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів, при якому гарантується стабільність функціонування, фінансово-комерційний успіх, прогресивне використання науково-технічних досягнень та соціальний розвиток суб'єктів господарювання [5]. В даному випадку йдеться мова вже про економічну безпеку підприємства. Автор враховує розвиток та ефективність діяльності при визначенні стану економічної безпеки, але вважає, що це стан не суб'єкта господарювання, а виробничих відносин та організації інформаційно-правових зв'язків, матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів.

На думку авторів наукової праці «Стратегии бизнеса» економічною безпекою підприємства (фірми) є «такое состояние данного хозяйствующего субъекта, при котором жизненно важные компоненты структуры и деятельности предприятия характеризуются высокой степенью защищенности от нежелательных изменений» [8]. В даному трактуванні ставиться наголос на захищеності лише життєво важливих компонентах структури та діяльності підприємства.

В своїх друкованих працях Чернявський А.А. зазначає, що безпекою підприємства (підприємництва) є захищеність його від зовнішніх та внутрішніх дестабілізуючих факторів, що дозволяє надійно зберегти та ефективно використати його матеріальний, фінансовий та кадровий потенціал [10]. Автор вирізняє зовнішні та внутрішні загрози діяльності підприємства, а також вважає, що захищеність дозволяє ефективно використовувати потенціал.

Андрошук Г.А. та Крайнев П.П. в монографії «Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны» відмічають: «Экономическая безопасность предприятия (фирмы) — это состояние защищенности жизненно важных интересов предприятия от внутренних и внешних угроз (источников опасности), формируемое администрацией и коллективом предприятия путём реализации системы мер правового, экономического, организационного, инженерно-технического и социально-психологического характера. ... Результатом защиты экономической безо-

пасности предприятия является стабильность (надежность) его функционирования, эффективность финансово-коммерческой деятельности (прибыльности), личная безопасность персонала. К ресурсам обеспечения надежного существования и прогрессивного развития предприятия относятся персонал предприятия, материальные и интеллектуальные (информационные) ресурсы» [2].

На нашу думку, недоліками такого визначення є: по-перше, думка, що лише адміністрація та колектив підприємства формують стан захищеності, оскільки є багато факторів, на які вони не можуть впливати; по-друге, не враховується можливість розвитку об'єкта та середовища. Позитивним моментом є врахування зовнішніх та внутрішніх загроз.

В іншій колективній праці «Основы экономической безопасности» зазначено: «Экономическая безопасность предприятия — это состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и для обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем» [6]. На наш погляд, не зовсім вірно стверджувати, що для усунення загроз необхідно ефективно використовувати ресурси, оскільки в цьому випадку усунення загроз перетворюється на ціль бізнесу, окрім того ефективного використання ресурсів не гарантує стану безпеки.

Генадій Лянний вважає, що економічна безпека підприємства — це стан його захищеності від негативного впливу зовнішніх та внутрішніх загроз, дестабілізуючих факторів, при якому забезпечується стійка реалізація основних комерційних інтересів та цілей статутної діяльності [11]. В такому трактуванні не враховується можливість розвитку суб'єкта господарювання та динамізму зовнішнього середовища, ризики та не приділяється увага існуванню обов'язкової мінімальної небезпеки.

Найбільш чітко та повне визначення економічної безпеки підприємства, на нашу думку, дають Грунін О.А. та Грунін С.О., вони вважають, що економічна безпека підприємства — це такий стан господарюючого суб'єкта, при якому він при найбільш ефективному використанні корпоративних ресурсів досягає запобігання, послаблення або захисту від існуючих небезпек та загроз або інших непередбачуваних обставин і в основному забезпечує досягнення цілей бізнесу в умовах конкуренції та господарського ризику [4]. В той же час недоліками такого визначення, на наш погляд, є погляд, що тільки при найбільш ефективному використанні ресурсів можна досягнути стану безпеки, а також врахування лише господарського ризику. Однак автори враховують, що підприємство здійснює свою діяльність в умовах ризику та конкуренції, а також зазначає, що умовою стану безпеки є забезпечення досягнень цілей бізнесу.

Проаналізувавши наведені визначення та врахувавши недоліки та позитивні моменти цих формулювань, ми пропонуємо наступне трактування поняття економічної безпеки підприємства: економічна безпека підприємства — це стан господарюючого суб'єкта, при якому він (господарюючий суб'єкт) досягає запобігання, послаблення або захисту від існуючих (або можливих) небезпек, загроз, непередбачуваних обставин, забезпечує стабільну діяльність, ефективно використання можливостей і розвиток в умовах конкуренції та ризику.

На нашу думку, дане визначення враховує всі позитивні моменти вищенаведених тлумачень науковців щодо поняття «економічна безпека підприємства», а саме: розуміння економічної безпеки підприємства як стану господарюючого суб'єкта; постійну мінімальну небезпеку; розвиток та ефективність діяльності, а не виживання; досягнення цілей бізнесу; умови конкуренції та ризику, що зумовлені динамізмом зовнішнього середовища. Досягнення бажаного стану економічної безпеки суб'єкта господарювання неможливе без створення ефективної системи безпеки підприємства.

Враховуючи реалії сьогодення постає необхідність створення власної системи економічної безпеки на підприємстві для забезпечення його комплексної безпеки.

Висновки. Отже, в даній науковій праці автором проаналізовано та узагальнено погляди науковців щодо теорії понять безпеки, економічної безпеки та економічної безпеки підприємства. А також на основі розглянутих наукових позицій запропоновано власне визначення даних категорій, що відповідатиме вимогам сьогодення та потребам господарюючого суб'єкта в сучасних жорстких умовах ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абалкин Л.И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение// Вопросы экономики — 1994. — № 12. — С. 4 – 13.
2. Андрощук Г.А., Крайнев П.П., Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны. — Монография. — К.:Издательский Дом «Ин Юре», 2000. — 400 с.
3. Брягин О.В., Безопасность Вашего бизнеса. Советы постороннего. Системный подход, аналитические материалы, практические рекомендации. К.: КНТ, 2006. — 228 с.
4. Грунин О.А., Грунин С.О., Экономическая безопасность организации — СПб.: Питер, 2002. — 160 с.
5. Кузнецов И.Н., Бизнес-безопасность. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2007. — 416 с.
6. Основы экономической безопасности (Государство, регион, предприятие, личность) / Под. Ред. Е.А. Олейникова. — М.: «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. — 288 с.
7. Сенчагов В.К., Экономическая безопасность: геополитика, глобализация, самосохранение и развитие (книга четвёртая) / Институт экономики РАН. — М.: ЗАО «Финстатинформ», 2002. — 128 с.
8. Стратегии бизнеса: Справочник / Айвазян С.А., Балкинд О.Я., Боснина Т.Д. и др.; Под ред. Г.Б. Клейнера. — М.: КОНСЭКО, 1998. — 352 с.
9. Тамбовцев В.Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: Структура проблемы // Вестн. моск. ун-та. Сер.6 Экономика. 1995. № 3. С. 3 – 9.
10. Чернявский А. А. Безопасность предпринимательской деятельности. Конспект лекций. — К.: МАУП, 1998. — 124 с.
11. <http://intel2b.wordpress.com/2009/08/15/>

te_ta_na@ukr.net

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 631.15.:658.011.4

**А. Сайганов,
А. Казакевич***Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси***СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ
И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Рассмотрено состояние и перспективы развития сельскохозяйственного производства Республики Беларусь. Определены направления государственной поддержки развития сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: сельское хозяйство, экспорт сельскохозяйственной продукции, импорт сельскохозяйственной продукции, государственная поддержка.

The state and prospects of agricultural production of the Republic of Belarus. The directions of state support for agricultural production.

Key words: agriculture, agricultural exports and imports of agricultural products, state support.

Проблема перспективного развития сельского хозяйства Республики Беларусь в условиях глобализации требует глубокой научной оценки достигнутого современного уровня национального АПК в соответствии с реализацией Государственной программы возрождения и развития села на 2005 – 2010 годы, которая получила необходимое ресурсное и финансовое обеспечение [1]. Анализ ее выполнения позволил выявить установившуюся тесную взаимозависимость между поставками сельскому хозяйству ресурсов и ростом объемов производства продукции без увеличения размеров земель сельскохозяйственного назначения во всех категориях хозяйств.

Таблица 1. Динамика распределения сельскохозяйственных земель по категориям хозяйств, на конец года

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Сельскохозяйственные земли — всего, тыс. га	9011,5	8984,9	8968,0	8944,7	8926,9	8897,5
В том числе:						
Сельскохозяйственные организации	7484,7	7526,5	7584,0	7634,8	7657,9	7673,4
Фермерские хозяйства	130,5	120,4	107,8	103,0	108,8	115,3
Хозяйства населения	1226,5	1157,6	1080,1	1020,9	968,0	924,3

Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

В результате интенсивного развития сельского хозяйства резко возросли объемы производства сельскохозяйственной продукции за последние шесть лет. Особенно это касается выращивания сахарной свеклы, рапса, а в животноводстве — молока и мяса всех видов (табл. 2). Увеличилось производство зерновых и зернобобовых культур на душу населения на 111 %, картофеля, овощей, плодов, молока и мяса в убойном весе соответственно — на 118,3, 215,4, 118,9 и 141,6 %.

Таблица 2. Динамика производства сельскохозяйственной продукции за 2005 – 2010 годы, тыс. тонн*

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Всего, тыс. тонн</i>						
Зерновые и зернобобовые культуры	6421	5923	7216	9013	8510	6990
Льноволокно	50	29	39	61	47	46
Сахарная свекла	3065	3978	3626	4030	3973	3773
Рапс	150	115	240	514	612	374
Картофель	8185	8329	8744	8749	7125	7831
Овощи	2007	2173	2153	2269	2308	2334
Плоды и ягоды	382	717	420	595	692	799
Молоко	5676	5896	5904	6225	6577	6627
Скот и птица на убой в живом весе	1024	1121	1176	1209	1335	1400
Яйца, млрд. шт.	3103	3337	3228	3312	3430	3536
<i>На душу населения, кг</i>						
Зерновые и зернобобовые культуры	664	617	755	946	895	737
Картофель	847	867	915	918	749	825
Овощи	208	226	225	241	243	246
Плоды и ягоды	39	75	44	62	73	84
Молоко	587	614	617	653	692	698
Мясо в убойном весе	72	80	85	88	97	102
Яйца, шт.	321	347	338	348	361	373

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

В стоимостном выражении объемы продукции сельского хозяйства за анализируемый период увеличились в 2,8 раза и составили в 2010 г. 35,6 трлн. бел. руб. (табл. 3).

Таблица 3. Динамика продукции сельского хозяйства по категориям хозяйств, 2005 – 2010 годы*

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>В текущих ценах, млрд. руб.</i>						
Продукция сельского хозяйства — всего	12826	15544	18102	25052	26595	35613
В том числе:						
Сельскохозяйственные организации	7914	9633	11696	16958	18495	22960
Фермерские хозяйства	93	119	137	216	226	367
Хозяйства населения	4819	5795	6269	7878	7874	12268
<i>В процентах</i>						
Продукция сельского хозяйства — всего	100	100	100	100	100	100
В том числе:						
Сельскохозяйственные организации	61,7	62,0	64,6	67,7	69,6	64,5
Фермерские хозяйства	0,7	0,7	0,8	0,9	0,8	1,0
Хозяйства населения	37,6	37,3	34,6	31,4	29,6	34,5

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Как видно из таблицы, в структуре производства валовой продукции на сельскохозяйственные организации приходилось 64,5 %, на долю крестьянских (фермерских) хозяйств — 1 % и на хозяйства населения — 34,5 %.

В табл. 4 представлена динамика урожайности сельскохозяйственных культур, продуктивности животных и птицы в хозяйствах всех категорий за 2005 – 2010 гг.

Таблица 4. Динамика урожайности сельскохозяйственных культур, продуктивности животных и птицы в хозяйствах всех категорий, 2005 – 2010 годы*

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Урожайность сельскохозяйственных культур, ц/га</i>						
Зерновые и зернобобовые	28,1	24,9	28,5	35,2	33,3	27,7
Картофель	177	192	212	221	186	214
Овощи	208	212	220	234	242	247
Льноволокно	7,0	4,4	5,9	7,8	7,2	7,7
Сахарная свекла	316	376	387	439	450	395
Семена рапса	12,3	10,7	12,2	18,1	18,0	12,2
Плоды и ягоды	41,6	77,3	45,9	64,5	75,1	86,3
<i>Продуктивность сельскохозяйственных животных и птицы</i>						
Удой молока от коровы, кг	3711	4006	4125	4438	4690	4631
Среднесуточный привес**, грамм						
Крупный рогатый скот	501	517	521	549	585	607
Свиньи	430	450	466	493	496	497
Птица	32	28	33	39	40	42
Яйценоскость кур-несушек**, шт.	276	244	289	296	299	303

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

**Организации Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь.

Из приведенных данных видно, что по годам отличается устойчивое повышение удельной продуктивности сельского хозяйства. Так, урожайность зерновых и зернобобовых культур приближается по стране к 30 ц/га, картофеля достигла 200, сахарной свеклы — 400 ц/га. Среднегодовой удой молока на корову составил 4500 – 4600 кг, а среднесуточные привесы крупного рогатого скота на откорме — 550 – 600 грамм, свиней — около 500 грамм соответственно.

Вместе с тем, в настоящее время в структуре формирования валовых объемов сельскохозяйственного производства пока преобладает продукция растениеводства (55,2 % от общей стоимости, 2010 г.) [4], хотя опережающими темпами должна была расти продукция животноводства. Это говорит о том, что темпы прироста продукции животноводства в республике пока не удовлетворяют имеющемуся потенциалу [2].

Нужно подчеркнуть, что Республика Беларусь поставила очень важную задачу о необходимости существенного наращивания экспортных возможностей страны, увеличения объемов экспорта и широкой интеграции национального АПК в глобальное международное продовольственное пространство, что предусматривает оптимизацию импорта и повышения конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции. Динамика внешней торговли основными видами продукции сельского хозяйства в натуральном выражении за 2005 – 2010 гг. показана в таблице 5.

Таблица 5. Динамика внешней торговли основными видами продукции сельского хозяйства в натуральном выражении, тыс. тонн*

Продукция	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<i>Экспорт</i>						
Мясо и мясопродукты	157,8	173,8	133,6	155,7	179,0	254,5
Молоко и молокопродукты	2450,1	2732,4	2931,1	3050,5	3930,0	3444,2
Яйца, млн. шт.	441,8	515,9	437,9	463,5	522,8	551,1
Рыба и рыбопродукты	21,4	28,7	34,6	39,1	23,1	26,5
Масло растительное	21,4	35,3	27,9	21,7	81,4	53,7
Картофель и картофелепродукты	97,6	57,2	105,7	149,4	123,3	137,0
Овоще-бахчевые культуры	15,7	18,8	30,5	46,4	62,3	59,1
Плоды и ягоды	14,4	37,7	17,9	10,3	17,9	12,8
<i>Импорт</i>						
Мясо и мясопродукты	73,5	85,1	21,8	68,4	34,0	95,7
Молоко и молокопродукты	45,2	77,7	58,1	60,9	52,5	65,8
Яйца, млн. шт.	0,3	1,1	0,6	1,3	10,4	18,3
Рыба и рыбопродукты	192,9	191,2	179,0	184,4	139,8	135,7
Масло растительное	140,4	141,9	138,8	114,6	115,1	123,2
Картофель и картофелепродукты	140,1	201,4	93,0	65,5	68,6	132,7
Овоще-бахчевые культуры	74,2	84,3	78,2	81,5	37,7	84,8
Плоды и ягоды	228,2	265,6	256,0	224,6	224,9	261,8

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Приведенные данные свидетельствуют о том, что наиболее востребованными видами белорусской сельскохозяйственной продукции в последние годы являются мясопродукты — 180 – 250 тыс. т, молокопродукты — почти 3700 тыс. т, а также продукты птицеводства. Значительный объем экспорта приходится на картофелепродукты (137 тыс. т), масло растительное (67,5 тыс. т) и овощные продукты (более 60 тыс. т). В то же время Беларусь по-прежнему является импортером готовой продовольственной продукции и особенно рыбопродуктов (135,7 тыс. т), масла растительного (123,2 тыс. т), картофелепродуктов (132,7 тыс. т), овоще-бахчевых продуктов (84,8 тыс. т), плодов и ягод (261,8 тыс. т).

В контексте изложенного следует заметить, что Беларусь полностью обеспечивает свою продовольственную безопасность в основных продуктах питания за счет отечественного производства. В страну завозятся лишь традиционно продукты и продовольствие, которые не могут производиться в республике по объективным природно-климатическим и экономическим условиям — бахчевые культуры, фрукты, виноград и другие. Вместе с тем все ключевые виды продовольствия на внутреннем продовольственном рынке являются продуктами собственного производства (молоко, мясо, яйца, хлеб и другие). При этом стремясь активизировать свою деятельность в системе международной торговли, Беларусь допускает некоторый импорт высококачественной продукции на внутренний рынок из группы основных и стратегических товаров (мясопродукты, молокопродукты, рыба, растительное масло и другие.). Однако такой критический импорт, как правило, не превышает на внутреннем рынке 10 – 15 % общих объемов товарооборота продовольственными товарами, а 85 – 90 % составляют товары белорусского производства.

В таблице 6 приведена динамика баланса внешней торговли основными видами продукции сельского хозяйства в денежном выражении за 2005 – 2010 гг.

Таблица 6. Динамика баланса внешней торговли основными видами продукции сельского хозяйства в денежном выражении, млн. долл. США*

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Стоимость экспорта продукции сельского хозяйства	1464,1	1605,5	1973,2	2386,4	2403,6	3379,4
Стоимость импорта продукции сельского хозяйства	1853,0	2164,5	2342,9	3202,1	2391,6	2940,9
Стоимость внешнеторгового балан-са (экспорт минус импорт), ±	-388,9	-559,0	-369,7	-815,7	+12,0	+438,5

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Анализ показал, что до 2009 г. стоимость импортной продукции сельского хозяйства в денежном исчислении для Беларуси значительно преобладала над стоимостью экспорта готовых видов белорусской продукции и продовольствия. Так, в 2008 г. отрицательное сальдо внешнеторгового баланса республики составило 815,7 млн. долл. США. В 2009 г. отрицательную тенденцию удалось переломить, после чего стало формироваться положительное сальдо внешнеторгового баланса агропродовольственной продукции, которое в 2010 г. достигло 438,5 млн. долл. США.

В табл. 7 представлена география экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия Республики Беларусь в 2010 г.

Таблица 7. География экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия в Республике Беларусь, 2010 год*

Наименование	Стоимость, млн. долл.	Структура, %
Экспорт — всего	3379,4	100,0
В том числе:		
Страны СНГ	3075,3	91,0
из них Российская Федерация	2708,9	80,2
Страны вне СНГ	304,1	9,0
из них страны ЕС:	215,2	6,4
Германия	43,1	1,3
Польша	47,7	1,4

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Из приведенных данных видно, что основным экспортером сельскохозяйственного продовольствия Беларуси в настоящее время являются страны-участницы Содружества Независимых Государств (СНГ), на долю которых приходится 91 % общего объема экспорта агропродовольственной продукции в стоимостном выражении. Следует отметить, что в этом сегменте приоритет принадлежит России, где удельный вес экспорта готовых видов белорусской продукции составляет 80,2 %.

В то же время надо подчеркнуть, что удельный вес экспорта сельскохозяйственного продовольствия из Беларуси в страны Европейского Союза (ЕС) равен всего 6,4 %, в том числе на долю Германии и Польши приходится в пределах 1,4 %.

В таблице 8 представлены основные виды экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия в стоимостном исчислении Республики Беларусь в 2010 г. Что касается поставок различных продуктов питания в Россию, то наибольший удельный вес (52,3 %) от общей стоимости экспорта составляют молокопродукты, яйца, мед, а также мясо и пищевые мясные субпродукты (24,5 %). В Германию Беларусь экспортирует овощи (29,7 %), жиры и масла животного и растительного происхождения (7,5 %), казеин (42,6 % и др.). В Польшу осуществляются поставки плодов (8 %), жиров и масла растительного происхождения (5,4 %), казеина (52,8 %), необработанных шкур и кожи (16,6 % и другие).

Таблица 8. Основные виды экспорта сельскохозяйственного сырья и продовольствия Республики Беларусь в некоторые страны, 2010 год*

Наименование продукции	Стоимость, млн. долл.	Структура, %
<i>Российская Федерация</i>		
Всего	2708,9	100,0
В том числе:		
Мясо и пищевые мясные субпродукты	663,7	24,5
Молокопродукты, яйца, мед	1417,9	52,3
Готовые продукты из мяса и рыбы	203,1	7,5
Сахар и кондитерские изделия из сахара	152,8	5,6
<i>Германия</i>		
Всего	43,1	100,0
В том числе:		
Овощи	12,8	29,7
Плоды	1,1	2,5
Жиры и масла животного и растительного происхождения	3,2	7,5
Продукты переработки овощей	2,4	5,6
Алкогольные и безалкогольные напитки	2,2	5,0
Казеин	18,4	42,6
<i>Польша</i>		
Всего	47,7	100,0
В том числе:		
Плоды	3,8	8,0
Масличные семена и плоды	3,9	8,3
Жиры и масла животного и растительного происхождения	2,6	5,4
Готовые продукты из мяса, рыбы	1,9	4,0
Казеин	25,2	52,8
Необработанные шкуры и кожа	7,9	16,6

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

В связи с увеличением объемов экспорта, а также развития широкого международного сотрудничества в сфере АПК в Государственной программе устойчивого развития села на 2011 – 2015 годы для страны поставлена приоритетная задача быстрого наращивания в предстоящие годы положительного сальдо во внешней торговле и доведения его к 2015 г. до уровня не менее 4 – 5 млрд. долл. США [3]. С учетом сказанного, Республика Беларусь проводит многовекторную аграрную политику в условиях интеграции в международное продовольственное пространство, как со странами СНГ, так и ЕС. Кроме того, Беларусь является одним из активных участников

создания Единого экономического пространства (ЕЭП) в рамках Таможенного союза (Республика Беларусь, Республика Казахстан и Российская Федерация) на основе формирования единой таможенной территории и беспошлинной торговли, что позволяет ей повысить конкурентоспособность аграрной продукции на рынках стран-участниц данного Сообщества примерно на 15 % и получать дополнительный доход национальным товаропроизводителям в размере около 430 млн. долл. США. Наряду с этим республика стремится вступить во Всемирную торговую организацию (ВТО).

Следует подчеркнуть, что динамичному и устойчивому развитию сельского хозяйства в преобладающей степени способствует быстрое наращивание инвестиций в развитие АПК. Так, общий размер инвестиций в обеспечении сельскохозяйственного производства увеличился с 2005 г. по 2010 г. в 4,7 раза и достиг в 2010 г. объема 9,5 трлн. руб. (табл. 9).

Таблица 9. Динамика инвестиций в основной капитал в развитие сельского хозяйства, 2005 – 2010 годы

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Инвестиции в основной капитал по сельскому хозяйству (в фактически действовавших ценах) — всего, млрд. руб.	2004,9	3514,4	3803,8	5547,5	7873,9	9490,7
В процентах к общей массе инвестиций в основной капитал по всем отраслям экономики	3,0	17,2	14,6	14,9	18,2	17,1
Индекс инвестиций в основной капитал (в сопоставимых ценах), в % к предыдущему году	187,5	143,0	99,5	128,5	129,8	108,7

*Источник: Национальный статистический комитет Республики Беларусь

Такой приток инвестиций позволил не только стабилизировать в республике продовольственное снабжение, но и сформировать мощный производственный потенциал для устойчивости национального АПК в условиях усиления влияния международной продовольственной конъюнктуры.

Значительную роль в укреплении материально-технической базы сельского хозяйства играют государственные бюджетные и централизованные инвестиции, которые увеличились за 2005 – 2010 гг. с 2,4 трлн. руб. до почти 5 трлн. руб. (табл. 10). Более половины средств из этого объема составляет Республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки, который формируется за счет отчислений несельскохозяйственных предприятий. В совокупности суммарные меры поддержки сельского хозяйства составляют в эквиваленте около 200 долл. в расчете на гектар сельскохозяйственных угодий.

Заметим, что это относительно высокий уровень государственного субсидирования отечественного сельского хозяйства, если сравнивать аналогичные показатели по странам СНГ. При этом в стоимости валовой продукции сельского хозяйства удельный вес государственных преференций составляет около 20 %. В то же время, если сравнивать и давать оценку уровню поддержки АПК в развитых странах, то, например, поддержка сельского хозяйства в Беларуси примерно в 5 раз ниже, чем в целом по странам Европейского Союза. Именно в таких условиях Республике Беларусь приходится конкурировать с наиболее развитыми странами на мировых продуктовых рынках. Исходя из этого Беларуси, как и другим странам СНГ, важно не только не сокращать достигнутые параметры централизованной поддержки АПК, но и целенаправленно ее наращивать. Правда, в этой связи требуется оптимизация структуры государственной поддержки, переориентация основных объемов поддержки

под целевые программы и проекты, как это принято в наиболее развитых странах, согласно мерам «зеленой корзины» (по классификации ВТО).

Таблица 10. Динамика бюджетного финансирования сельского хозяйства в 2005 – 2010 годах, млрд. руб.*

Наименование источников	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Всего	2415,6	3369,5	4277,4	4677,7	5680,2	4978,6
В том числе:						
Республиканский бюджет	366,7	422,5	548,3	733,6	848,8	793,4
Фонд национального развития	—	—	—	—	333,2	41,8
Местные бюджеты	571,8	1010,2	1599,1	1498,4	1879,9	1467,8
Республиканский фонд поддержки производителей сельскохозяйственной продукции, продовольствия и аграрной науки	1477,1	1936,8	2130,0	2445,7	2618,3	2675,6
Дотации на гектар сельскохозяйственных угодий, долл. США	125	178	220	247	232	191

*Источник: Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная программа возрождения и развития села на 2005 — 2010 годы. — Минск: Беларусь, 2005. — 96 с.
2. Гусаков, В.Г. Сельское хозяйство Беларуси: факторы и перспективы устойчивого развития / В.Г. Гусаков // Развитие АПК в контексте обеспечения продовольственной безопасности Беларуси: матер. VIII Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 9 – 10 сент. 2010 г. / Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси; под ред. акад. В.Г. Гусакова. — Минск, 2011. — С. 7 – 14.
3. О Государственной программе устойчивого развития села на 2011 – 2015 годы: Указ Президента Респ. Беларусь от 1 авг. 2011 г. № 342 // Эталон — Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2011.
4. Сельское хозяйство Республики Беларусь: статист. сб. / Нац. статист. ком-т; редкол.: И.А. Костевич [и др.]. — Минск, 2011. — 283 с.
5. Социально-экономическое положение домашних хозяйств Республики Беларусь: статист. сб. / Нац. статист. ком-т; редкол.: Е.И. Кухаревич (пред.) [и др.]. — Минск, 2011. — 283 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 330.341.1

Х.А. Снігур

*Тернопільський національний
економічний університет*

СУЧАСНИЙ СТАН ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Досліджено чинники, що впливають на інноваційну спрямованість підприємств. Вивчено стан інноваційної діяльності на вітчизняних підприємствах. Визначено необхідність впровадження структурних перетворень на підприємствах та впровадження на них інновацій. Запропоновано модель креативного управління інноваційним розвитком виробництва

Ключові слова: інновації, інноваційна діяльність, структурні перетворення, креативне управління

The factors which influence on the innovative orientation of enterprises were investigational in the article. The article analyzes the state of innovation in domestic enterprises. It is certain that enterprises need introduction structural transformations and innovation. Proposed a model of creative innovation development of production.

Key words: innovation, innovation activities, structural transformation, creative management

Тенденції і явища, котрі сьогодні багато у чому визначають стан української економіки — структурні і галузеві проблеми виробництва, його велика ресурсна залежність, ситуаційність економічного зростання, необхідність диверсифікації, загрози економічного спаду в зв'язку із нестабільною ситуацією на нафто- енергетичному ринку, переважання неконкурентоспроможних товарів та послуг, що виробляються у країні — це, перш за все, результат низького рівня її технологічного розвитку. Згадана ситуація склалася на фоні того, що в Україні все ще існують визнані у світі наукові школи, що попри всього продовжують процес виробництва нових знань, технологій та інноваційного капіталу. Отже, на жаль однією з основних невирішених проблем залишається створення умов для перетворення вже існуючих науково-технологічних досягнень у об'єкти економічних відносин.

Число публікацій за даною темою зростає і до неї, поза сумнівом, виявляють цікавість. Питання, пов'язані із загальною теорією інновацій, розробкою, аналізом і оцінкою ефективності інноваційних проектів, розкриті в наукових роботах таких авторів, як И.Т. Балабанов, С.В. Валдайцев, Л. Водачек, В.П. Воробьов, П.Н. Завлін, С.Д. Ільєнкова, А.К. Казанцев, Г.Д. Ковальов, Е.І. Мединський, Н.Н. Молчанов, А.І. Муравьов, Р.А. Фатхутдінов, М. Хучек, І. Ансофф, Р. Гріффін, Дж. Мурхед, С. Роббінс та інших учених.

Згідно офіційній статистиці в 2003 році в Україні питома вага підприємств, що займаються інноваційною діяльністю складала 15,1 %, тоді як в США, Японії, Німеччині і Франції доля інноваційних підприємств складала 70 – 80 % від їх загального числа. В порівнянні з 1990 роком, кількість нових зразків вітчизняної техніки скоротилася майже на 50 %. Серед них лише 2 % відповідає кращим світовим стандартам. Спостерігається постійна тенденція до скорочення впровадження нових технологічних процесів: у 2003 року цей показник, був в 4,5 разу менше, чим в 1990 році. У 2007 році питома вага промислових підприємств, що впроваджували інновації, складала 11,5 %, а в 2008 році — 10,8 %. Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової складала 6,7 % у 2007 році та 5,9 % у 2008 році. Продукція українських підприємств оновлюється в середньому раз в п'ять років. Різко скоротилася кількість підприємств нових видів продукції, які освоюють виробництво.

© Х.А. Снігур, 2011

Так в 2006 році в порівнянні з 1990 роком, питома вага таких підприємств, що упровадили нові технології, знизилася більш ніж в 2 рази, в 1,7 рази скоротилася питома вага підприємств, що упровадили нові технології, в 1,4 рази скоротилося освоєння нової техніки, міжнародні господарські зв'язки. Україна зберігає функції постачальника сировини і в ринку збуту для країн Сходу. Технологічний розвиток підприємств вітчизняної промисловості в значній мірі залежить від інтелектуальної продукції інших країн. Устаткування, машини, технологічний досвід і елементи «ноу-хау» в основному купують у розвиненіших держав [1].

Інноваційна спрямованість прямих іноземних інвестицій виявляється слабо, оскільки основні засоби вкладаються в сталі виробництва і технології. Падіння всіх основних показників інноваційної діяльності в Україні обумовлене цілим рядом чинників. Це перш за все українська частка бюджетних витрат на наукові дослідження і випуск інноваційної продукції в загальному обсязі виробництва промислових підприємств [2]. Досягла критично небезпечного стану питома вага продукції тих галузей, від яких більшою мірою залежить інноваційний прогрес: електронної промисловості, приладобудування, виробництва контрольно-вимірювальної апаратури тощо. До цього слід додати низьку платоспроможність підприємств, не здатних самостійно фінансувати прикладні дослідження і розробки. Це є причиною різкого зниження творчої активності винахідників і раціоналізаторів, і постійного зменшення чисельності кадрів вищої кваліфікації. Гальмує науково-технічний прогрес і той факт, що заробітна плата у сфері науки нижче середньої по країні.

Головними причинами негативної ситуації, що підриває конкурентоспроможність підприємств на внутрішньому і міжнародному ринках товарів і послуг, загрожує національній безпеці України, є низька капіталізація більшості підприємств і галузей економіки і несприятливий інвестиційний клімат, викликаний нестабільністю законодавства. Спостерігаються міжгалузеві структурні деформації. Багато підприємств, як і раніше, орієнтовані на екстенсивні принципи свого розвитку.

Перешкоджає широкомасштабним змінам і нерозвиненість інформаційної і сервісної інфраструктур, покликаних забезпечити розвиток інноваційного підприємництва, обмежене використання комп'ютерної техніки у сфері проектування і управління виробничими процесами.

Базою для такої структурної перебудови можуть служити комплексні цільові програми розвитку найважливіших підприємств, розвиток виробничого і експортного потенціалу країни. Брак капіталовкладень впливає на стан основних фондів підприємств. Практично на всіх підприємствах промисловості відбувається старіння основних фондів. Значно зросла питома вага устаткування, яке працює двадцять і більше років. Старі машини і устаткування досить швидко виходять з ладу Безпосередньо ремонтом на підприємствах зайнято близько 1 млн. осіб, а з урахуванням повних витрат праці працівників, які виготовляють матеріали і спеціальне устаткування для ремонту, ця цифра складає 3 млн. осіб. Це означає, що кожен шостий працівник виробничої сфери обслуговує ремонт основних фондів підприємств. Згідно міжнародного рейтингу конкурентоспроможності, опублікованого Всесвітнім Економічним форумом, Україна знаходиться на 86 місці за індексом зростання конкурентоспроможності і на 65 місці за індексом бізнесу [3, с. 89]. До слабких сторін української економіки, які зумовили такий низький рейтинг країни, можна віднести низький рівень використання сучасних виробничих технологій підприємствами, недостатню інтеграцію національних компаній в глобальні мережі, відносно низький рівень конкурентоспроможності підприємств, високий рівень адміністративних бар'єрів і корупції, а також недостатність фінансового сектора і проблеми з доступом до венчурного капіталу.

Технологічні інновації забезпечують 40 % ефективності ринкової економіки. Профінансовано більше двох тисяч інноваційних проектів підприємств. Завершено на сьогоднішній день 610 інноваційних проектів. Виготовлено інноваційної продукції

на суму 476 млн. грн. Створено 22,5 тис. робочих місць. У вигляді різноманітних податків від підприємств, що здійснюють реалізацію інноваційних проєктів, поступили до державного бюджету близько 362 млн. грн. [3, с. 64].

Постійне зростання питомої ваги підприємств, що займаються інноваційною діяльністю за період з 1999 по 2006 рр. спостерігався в Кіровоградській області, — в 2,2 рази, Автономній Республіці Крим — в 2,7 рази, в Одеській області в 4,2 рази. Найбільша питома вага інноваційно-активних підприємств спостерігалася у Вінницькій області (28,3 %) і в Києві (30,4 %). Такі високі показники у Вінницькій області можна пояснити високим рівнем іноземного капіталу, який використовувався в основному для придбання нових технологій підприємств харчової промисловості, а в Києві за рахунок концентрації капіталу на інноваційні цілі [4, с. 29]. Найбільша питома вага інноваційно-активних підприємств у 2007 – 2008 рр. спостерігалася в Івано-Франківській області (23,6 % та 22,1 % відповідно) та м. Києві (31,9 % у 2007 році та 26,2 % у 2008 році). Зменшення інноваційної активності у 2008 році порівняно з 2007 можна пояснити зниженням надходження інвестицій в промисловість України через фінансову кризу. Найменша питома вага підприємств, які впроваджували інновації у 2007 – 2008 рр., спостерігалася у Миколаївській області (4,4 % та 6,4 % відповідно). В інших регіонах цей показник в середньому складає близько 10 %, наприклад, в Автономній республіці Крим — 8,7 % у 2007 році та 9,9 % у 2008 році, в Запорізькій області — 10,8 % та 8,6 %, в Київській області — 11,9 % та 10,0 %, Львівській — 9,9 % та 8,5 % відповідно у 2007 та 2008 роках [2]. Основним недоліком інноваційної політики залишається слабе фінансування цільова спрямованість на управління технологічними процесами, а не на отримання кінцевого результату і забезпечення економічного зростання.

Економічне зростання зв'язує суспільне виробництво, заощадження і індивідуальне споживання. Воно є функцією науково-технічного прогресу і нових знань. Поняття економічного зростання підприємств необхідно розглядати в єдності з категоріальним напрямом механізму творчого процесу. В умовах поглиблення міжнародного розподілу праці економічне зростання набуває рис інноваційної вдачі. Під впливом посилення глобалізації і наукомісткості виробництва змінюється роль засобів і предметів праці, росте інтелектуалізація, підвищується значення активізації людського чинника в процесі виробництва на підприємствах.

Аналіз положення, що склалося, дозволяє стверджувати, що назріла гостра необхідність впровадження структурних перетворень, в яких основні зусилля держави повинні бути зосереджені на трансформації організаційної і економічної структури основного механізму управління розвитком промислово-виробничих підприємств і потенціалу країни. Переходу до інноваційної моделі розвитку в стратегічному аспекті альтернативи не існує, оскільки економічне зростання в сучасному світі характеризується провідною роллю науково-технічного прогресу і актуалізацією основних чинників виробництва підприємств.

Одним з найважливіших чинників розвитку економічного потенціалу підприємств і країни є досягнення науки і техніки. Серед безлічі різновидів дослідження управління інноваціями підприємств можна виділити основні: факторний аналіз, функціональну концепцію, системний і ситуаційний підхід. Для факторного аналізу характерний розгляд науково-технічного потенціалу у вигляді складових; кадри, матеріально-технічна база, наукове устаткування, інформаційні фонди тощо. Передбачається розробка оцінних критеріїв для кожної складової і використання екстенсивних важелів розвитку, пов'язаних з розвитком і рівнем науково-технічної сфери, проведення теоретичних і практичних досліджень, прогнозування результатів розвитку підприємств. Тут переважають статистичні факторні моделі, побудовані на основі кореляційних і регресивних залежностей, нормативні методи планування і організації, засновані на нормативах трудомісткості, матеріало- і фондомісткості, чисельності і співвідношень

різних категорій працівників. Функціональна концепція передбачає розгляд інновацій як сукупності щодо відособлених управлінських функцій і процесів ухвалення управлінських рішень планування, організації і прогнозування. Функціональна концепція базується на раціональному розподілі праці в управлінні інноваціями, спеціалізації управлінських ланок і оптимізації кожного управлінського рішення. Для функціональної концепції характерна ретельна регламентація процедурних аспектів управління інноваціями на основі спеціальних положень про відділи, служби і посадові інструкції, делегування повноважень і обов'язків. Тут переважають економіко-математичні моделі кожної з функцій управління, оптимізаційні моделі формування планів, зокрема мережеві методи планування діяльності підприємств.

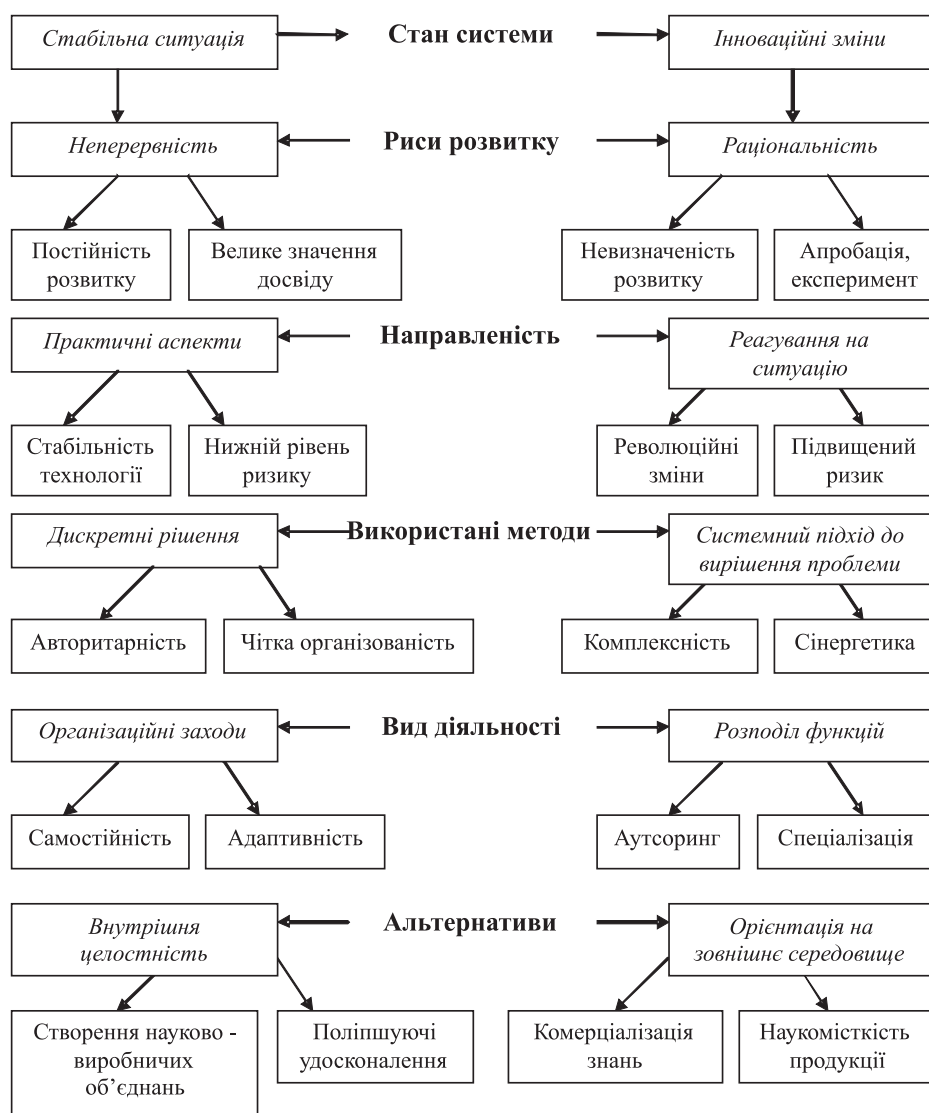


Рис. Креативне управління інноваційним розвитком виробництва

Системний підхід до управління інноваціями підприємств припускає розгляд інноваційних процесів як складної організаційної системи, що складається з сукупності обумовлених елементів, орієнтованих на досягнення певної мети розвитку з урахуванням ендогенних і екзогенних чинників розвитку. Тут переважає динамічний облік всієї безлічі чинників, що впливають на управлінське рішення, і розгляд їх у взаємному зв'язку із зовнішніми і внутрішніми тенденціями розвитку інноваційного середовища [5, с. 102].

Ситуаційний підхід синтезує досягнення всіх перерахованих різновидів управління і розглядає їх застосовність для конкретних інноваційних ситуацій в певний період часу. Цей період припускає можливість аналізу зовнішніх і внутрішніх чинників розвитку інновацій, систематизацію вірогідних варіантів поведінки і синтезу, оптимальних для ситуації, що склалася, управлінських рішень. Реалізація цього підходу містить рекомендації по застосуванню конкретних методів для ухвалення управлінських рішень в конкретних ситуаціях на підприємствах.

Питання управління такими підприємствами пов'язуються з креативним творчим характером, основою якого є постійне рішення питання не про те, як керовані об'єкти стабілізуватимуться в статичному стані, а як вони будуть нескінченно зростати і змінюватися. В центрі цієї теорії лежить не знання як таке, а процес створення організаційного знання, за допомогою якого створюються умови, і забезпечуються основи для появи інновацій. Загальні принципи креативного управління викладені автором в рис.

Висновки. Сучасна ситуація в інноваційній сфері вимагає істотної трансформації традиційних поглядів на управління інноваціями, оскільки об'єкт управління набуває значних змін. Інноваційні процеси набувають переривистого дискретного характеру, підвищується комплексність проблем, що розв'язуються, і їх залежність від зовнішніх умов, що швидко змінюються. Трансформація поглядів на управління інноваціями характеризує інноваційні підприємства, в яких глобальна мережа використовується для обміну необхідною інформацією між географічно розділеними підрозділами. Часткова або повна передача виконання окремих бізнес-функцій єдиного інноваційного процесу стороннім особам і організаціям отримала назву аутсорсинг. Аутсорсинг дає можливість розширення глобальної присутності підприємства на нових ринках збуту з метою обслуговування нових виробничих потужностей без необхідності пропорційного зростання персоналу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Статистичний щорічник України за 2007 рік : збірник / Держ. комітет статистики України; ред. О. Г. Осауленко. — К.: Консультант, 2008. — 571 с.
2. Статистичний щорічник України за 2008 рік / Держ. ком. статистики України ; за ред. О.Г. Осауленка. — К.: Консультант, 2009. — 576 с.
3. Нижник Н. Синергетичні основи оптимізації державного управління / Н. Нижник, І. Черленяк, В. Олуйко // Вісник ДСУ. — 2003. — № 4. — С. 62 – 70.
4. Бужимська К. О. Інноваційно-технологічна модернізація підприємств харчової промисловості: наукова доповідь / К. О. Бужимська. — Житомир: ЖДТУ, 2008. — 54 с.
5. Інвестиційно-інноваційна стратегія розвитку національної економіки: [зб. наук. праць / ред. кол.: Сухоруков А. І. та ін.]. — К.: НАН України. Об'єдн. ін-т економіки, 2004. — 139 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 658.8: 621: 637.5

О.І. Драган
Національний університет
харчових технологій

НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ З МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглядається науково-практичний підхід до впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту на підприємствах м'ясної промисловості, яка враховує інтеграцію існуючих стандартів: якості, екологічних, соціальних.

Ключові слова: стандарт, якість, міжнародні стандарти ISO, навколишнє середовище, безпека продуктів харчування, соціальна відповідальність, підприємство, продукція, м'ясна промисловість.

The article deals with scientific and practical approach to the implementation of international standards of management at the enterprises of meat industry, which depends on the integration of existing standards: quality, environmental, social.

Keywords: standard, quality, international standards of ISO, the environment, food safety, social responsibility, enterprise products, meat industry.

Актуальне прагнення України інтегруватись в європейські і світові економічні структури вимагає від підприємств м'ясної промисловості країни впровадження міжнародних стандартів з менеджменту. Найбільш популярними та визнаними на світовому рівні є сертифікації за стандартами: ISO серії 9000 «Система управління якістю»; ISO 14000 «Система управління навколишнім середовищем»; HACCP «Система забезпечення безпеки продуктів харчування». На сучасному етапі найбільшу ефективність управління отримують за допомогою системи стандартів ISO 22000 (об'єднує між собою вимоги ISO 9000 і HACCP), в якій безпечність харчових продуктів розглядається через оцінювання і контролювання біологічних, хімічних та фізичних джерел небезпеки на всьому ланцюжку виготовлення кожного харчового продукту, починаючи від надходження сировини, зберігання, до переробки, розподілення та споживання кінцевого продукту.

Сучасна теорія менеджменту якості базується на результатах досліджень, що проводилися такими видатними зарубіжними вченими, як: Ф.Б. Кросбі, У.Е. Демінг, А.В. Фейгенбаум, К. Ісікава, Дж. М. Джуран, У.А. Шухард та інші. Значний внесок у теорію питання внесено росіянами В.Ю. Огвоздіним, Н.Ш. Сулеймановим, С.Д. Льєнковою, Р.А. Фатхутдіновим та ін. Теоретичні аспекти щодо якості як наукової категорії, систем якості та менеджменту якості були предметом досліджень також багатьох вітчизняних сучасних авторів: Г.О. Швиданенко, С.К. Фомічова, О.І. Момота, О.Б. Чернегі, Ю.В. Макогона, Ю.О. Гохберга, А.О. Старостиної, Н.І. Скрябінової, Шаповал М.І. та ін.

Незважаючи на вагомий надбання науковців, є певне коло завдань, які ще не отримали достатнього розвитку, а саме: узагальнення здобутків щодо розвитку сучасної парадигми введення міжнародних стандартів з менеджменту, які б забезпечили практиків методичним та методологічним апаратом для побудов систем управління: якості, навколишнього середовища, соціальної відповідальності, безпеки праці на конкретних підприємствах з урахуванням специфічних особливостей функціонування галузей.

Результати господарювання впродовж останніх десяти років засвідчили, що виживання в умовах конкуренції та подолання застійних явищ в економіці підприємств м'ясної промисловості можливе лише через забезпечення конкурентоспроможності

продукції, а також, впровадження досягнень науково-технічного прогресу і сучасних систем менеджменту якості та інших систем управління.

Отже виникає потреба у комплексній програмі впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту на підприємствах м'ясної промисловості для забезпечення конкурентних переваг у галузі управління якістю продукції та безпеки, охорони здоров'я працівників і захисту навколишнього природного середовища, захисту інтересів та прав споживачів.

Комплексна програма впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту на підприємствах м'ясної промисловості повинна включати міжнародні стандарти: ISO серії 9000 «Система управління якістю»; ISO серії 14000 «Система управління навколишнім середовищем»; HACCP «Система забезпечення безпеки продуктів харчування»; ISO серії 22000 «Система управління безпекою харчової продукції»; OHSAS 18000 «Система управління безпекою праці»; SA 8000 «Система управління соціальною відповідальністю»; BS 7799 «Система управління інформаційною безпекою»).

З появою глобального ринку виробник може продати свій товар тільки за умови виконання визначених вимог. Так, з 1999 р. для харчової продукції в Європі обов'язковим є наявність на підприємстві сертифікованої системи управління безпечністю харчової продукції. Протягом останніх років м'ясна промисловість розвивається дуже динамічно. Ця тенденція безумовно є позитивною, тому що визначає формування зрілого внутрішнього ринку м'ясних продуктів, посилення конкуренції та зростання якості. Дійсно, при можливості більшого вибору претендувати на споживчий попит може лише товар, котрий відповідає високим вимогам якості. Тому в останні роки виробники м'ясної продукції приділяють усе більше і більше уваги питанням контролю за якістю сировини і кінцевого продукту, причому не тільки давно відомі, але й молоді підприємства, з перших ступенів розвитку дбайливо відносяться до своєї репутації.

На підприємствах м'ясної промисловості України поки що не широко застосовується система HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point).

Разом з тим, застосування системи HACCP дає багато переваг, зокрема, вона: забезпечує системний підхід, який включає всі характеристики безпеки харчових продуктів від сировини до кінцевого продукту;

дозволяє підприємствам перейти від випробувань кінцевого продукту до використання методів забезпечення безпеки при виробництві і реалізації; забезпечує зменшення витрат, пов'язаних з відмовою продукції, штрафними санкціями і судовими позовами;

дозволяє однозначно визначити відповідальність за забезпечення безпеки харчових продуктів;

надає споживачам документально підтверджену впевненість в безпеці харчових продуктів;

може інтегруватися в загальну систему управління якістю відповідно до стандартів ISO 9000.

Дана система вимагає обґрунтування та визначення критичних точок аналізу небезпечних факторів на кожному виробництві (м'ясожирове, ковбасне, кулінарне, консервне, технічних фабрикати, медичної продукції), а це досить трудомістка справа. Отже, підприємства потребують розроблення методичних рекомендацій щодо впровадження системи HACCP на підприємствах м'ясної промисловості, над якими повинні працювати фахівці з технології, працівники виробничих лабораторій, економісти, що займаються розробкою стандартів.

Система управління безпекою харчових продуктів (HACCP) дозволяє підприємствам м'ясної промисловості:

удосконалити діючу систему управління якістю продукції всередині підприємства шляхом більш суворого розподілу відповідальності і виявлення найбільш важливих для якості продукції контрольних точок;

підвищити конкурентоспроможність продукції, розширити присутність на внутрішньому ринку і збільшити експортні можливості;

завоювати міжнародне визнання, зміцнити довіру зарубіжних партнерів до продукції і до самого підприємства;

постійно контролювати якість і безпеку продукції на будь-якому етапі виробничого циклу;

спростити процедуру отримання сертифікатів на відповідність вимог технічних регламентів;

передбачити ризики при виробництві харчових продуктів і забезпечувати споживачам гарантії безпеки продукції;

підтримувати впевненість споживачів у тому, що необхідна якість забезпечується і підтримується;

поліпшити економічні показники діяльності підприємства за рахунок зростання продуктивності;

отримати перевагу в тендерах та інших подібних заходах, що проводяться державними структурами, великими замовниками, які можуть привести до укладання контрактів;

отримати документально підтверджену впевненість щодо безпеки продуктів, що виробляються.

У 2005 році Міжнародною Організацією Стандартизації був розроблений новий стандарт ISO серії 22000 «Система управління безпекою харчової продукції» з метою створення всесвітньо визнаного набору вимог до всіх ланок виробництва продукції — від виробництва та постачання продукції до кінцевого споживача. Стандарт ISO серії 22000 дозволяє динамічно комбінувати впровадження принципів HACCP та стандартів ISO серії 9000, ISO серії 9001:2000, що дозволяє впроваджувати системи менеджменту харчової безпеки та гарантує управління ризиками шляхом різних заходів контролю. Вже за цим стандартом сертифіковані ПАТ «Козятинський птахокомбінат», БАТ «М'ясокомбінат Ятрань», ТОВ «М'ясокомбінат «Ювілейний», ЗАТ «Горлівський м'ясокомбінат», ТОВ «Слов'янський м'ясокомбінат», ТОВ «Харківський м'ясокомбінат», ТОВ «Глобінський м'ясокомбінат», ЗАТ «Луганський м'ясокомбінат» та інші.

Про позитивне відображення на успіхах підприємств сертифікації системи менеджменту якості на відповідність вимогам ISO 22000 свідчить досвід БАТ «М'ясокомбінат Ятрань», яке з 2007 року впровадило ці стандарти і отримало наступні переваги: створення умов для системного підходу до управління безпекою продукції; забезпечення виконання обов'язкових законодавчих та регламентуючих вимог; можливість створення автономної системи менеджменту безпеки харчових продуктів на підставі існуючих санітарно-гігієнічних програм і планів виробничого контролю; змінення вибіркового контролю готової продукції на попереджувальний контроль процесів виробництва продукції; підтримання інформаційного обміну про проблеми, пов'язані з безпекою продукції між усіма зацікавленими сторонами.

Сучасні умови і світовий досвід наголошують на актуальності і своєчасності впровадження міжнародних стандартів OHSAS 18000 «Система управління безпекою праці», 8000 «Система управління соціальною відповідальністю» на підприємствах харчової промисловості, у тому числі і м'ясної, які враховують не тільки економічні питання, а й соціальні, орієнтуються на систему відносин між соціальними групами, окремими суб'єктами, у напрямку соціальної згоди, партнерства та співпраці. Ці стандарти установлюють загальноприйнятні правила людської поведінки, формують певну етику договірної поведінки суб'єктів господарської діяльності, виставляють та конкретизують вимоги до суспільства, яке повинно забезпечити підвищення рівня реалізації принципу соціальної справедливості у системі економічних відносин при збереженні духовних цінностей, оточуючого середовища, на основі підвищення рівня та якості життя, загального рівня культури та соціальної відповідальності за процеси, що відбуваються як в економіці, так і на конкретному підприємстві.

Міжнародні стандарти OHSAS 18000 «Система управління безпекою праці» передбачають методологію організації з ідентифікації небезпеки та оцінювання ризику на кожному робочому місці та проведення заходів щодо їх усунення. Відповідно до стандарту на підприємстві має бути чітко сформульована політика у сфері професійної безпеки і здоров'я, яка включає основні цілі безпеки і здоров'я працівників та зобов'язання керівництва щодо його постійного поліпшення для інтеграції інтересів працюючих, підприємства, держави та суспільства [3, с. 463].

Міжнародні стандарти SA 8000 «Система управління соціальною відповідальністю» охоплюють вимоги до системи управління соціальною відповідальністю і забезпеченням довіри споживачів до дотримання в організації прав людини. В умовах соціально-орієнтованої ринкової економіки можливість застосування цих стандартів має вивчатися детально кожним підприємством України [4, с.198]. Соціальні стандарти SA 8000 розробляються на підставі концепції постійного вдосконалення «планувати — працювати — перевіряти — діяти». Стандарти SA 8000 дають вагому перевагу над конкурентами для привабливості потенційних споживачів. Це сучасні вимоги до якості умов виробництва і якості виробничих відносин. Тому вони повинні бути використані менеджерами для підвищення ефективності підприємства і зміцнення його конкурентоспроможності. Демонстрація позитивної репутації споживачам, працівникам, постачальникам і акціонерам (власникам), а також збереження престижу на довгий час є життєво необхідним для підприємства у ринкових умовах. Виконання кадрової політики підприємства у галузі вимог цих стандартів націлені на соціальну відповідальність за умови праці, які включають основні критерії: працю підлітків; гігієну і техніку безпеки та забезпечення нормальних умов праці; відсутність дискримінації; дисциплінарні заходи; тривалість робочого часу; оплату праці тощо [3, с.47].

В умовах використання нових інформаційних технологій набувають особливої уваги та актуальності впровадження міжнародного стандарту BS 7799, який є стандартом управління інформаційною безпекою. Використання цього стандарту дозволяє налагодити такий рівень управління, який забезпечує інформаційну безпеку та допомагає прискорити ефективність діяльності підприємства. Застосування Міжнародного стандарту BS 7799 пов'язане з побудовою інформаційної системи комунікацій, яка дозволяє керівництву будь-якого рівня створювати сприятливі умови для спілкування з підлеглими. Ця система повинна утримувати не тільки виробничу інформацію, але й включати основні питання бізнесу і соціально-трудових відносин, пов'язаних зі всією організацією [4, с.198]. На кожному підприємстві повинна бути розроблена комплексна програма впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту (рис.), яка чітко визначатиме напрямки та конкретних відповідальних за застосування їх у діяльність підприємства.

Головною метою застосування міжнародних стандартів ISO 14000 «Системи управління навколишнім середовищем» є створення системи управління, яка спрямована на постійне удосконалення діяльності підприємства щодо створення конкурентоспроможної м'ясної продукції із забезпеченням збереження навколишнього середовища. Вона гармонійно поєднується із системою управління якістю, виробничою діяльністю та загальною системою управління.

Відповідно до прийнятого в міжнародних стандартах визначення, екологічна політика являє собою частину загальної стратегії розвитку, що включає удосконалення організаційної структури, планування діяльності, розподіл відповідальності, практичну роботу, а також процедури, процеси і ресурси для розроблення, впровадження, оцінки досягнутих результатів і вдосконалення екологічних характеристик діяльності [3, с.268].

Сучасні м'ясокомбінати прагнуть мінімізувати втручання в навколишнє природне середовище. Для цього підприємства розробляють та впроваджують основні принципи екологічного управління:

- постійний контроль та аналіз впливу виробництва на навколишнє середовище;
- удосконалення технологій відповідно з екологічними аспектами;
- утилізація відходів виробництва на спеціальних ветсанзаводах;
- скорочення шкідливих викидів завдяки установці нового обладнання;
- використання спеціальних приладів для знищення комах на підприємстві;
- вивезення твердих побутових відходів;
- виховання екологічної свідомості і культури співробітників підприємств шляхом надання спеціальних навчальних матеріалів.

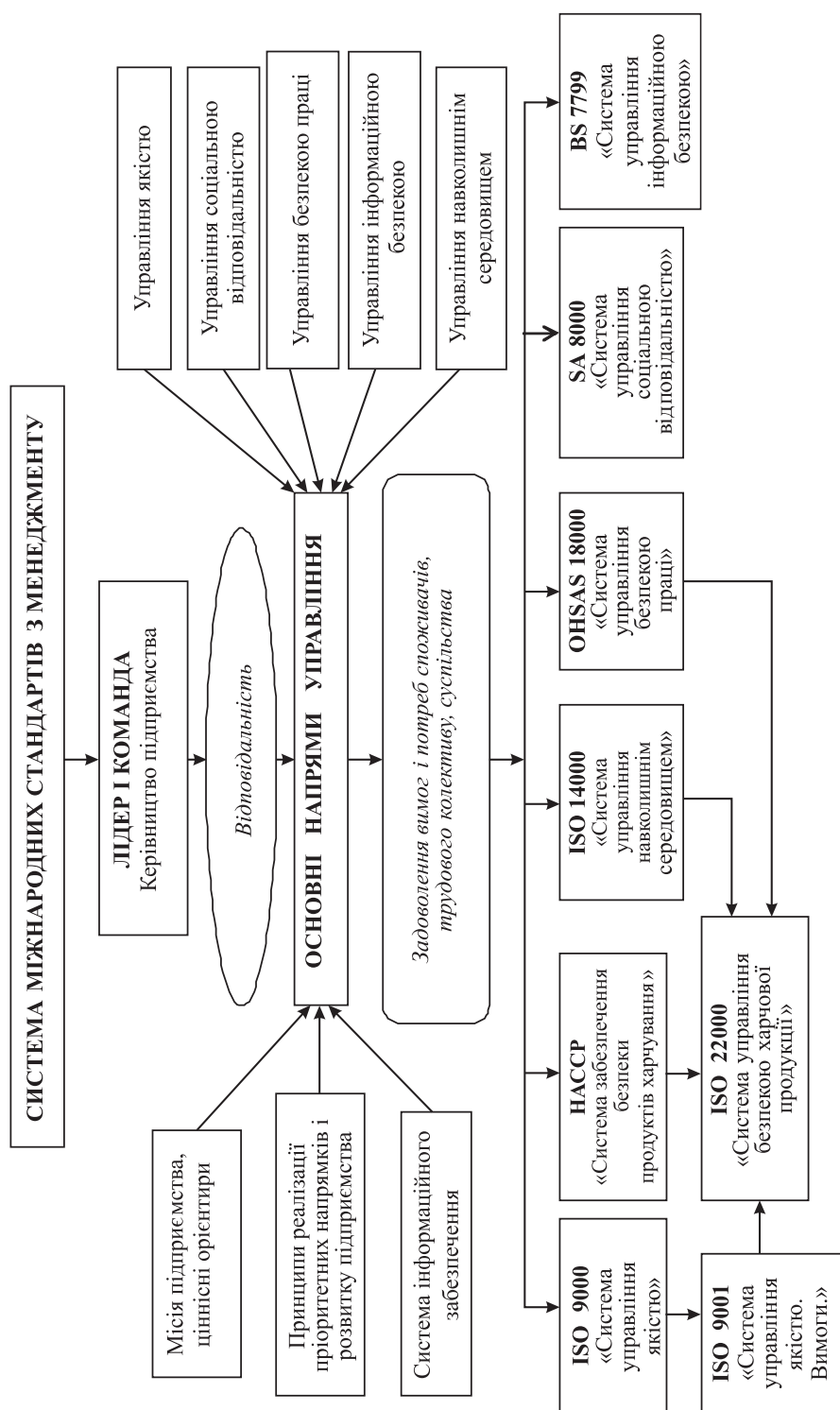


Рис. Система міжнародних стандартів з менеджменту

Висновки. Враховуючи сучасні вимоги до функціонування підприємств м'ясної промисловості виникає потреба у розробці комплексної програми впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту, яка визначає необхідний рівень компетенції та поінформованості персоналу для розуміння того, наскільки важливою є відповідність вимогам стандартів.

Програма дозволить чітко визначити та проінформувати, за які параметри, показники відповідає та чи інша служба (відділ) підприємства, розмежувати свої сфери впливу, не дублювати їх та не заважати один одному. Впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту вимагає, щоб процес управління складався із встановлення, забезпечення, дотримання необхідного рівня якості за рахунок систематичного контролю показників економічних, якісних, соціальних, екологічних. Система міжнародних стандартів з менеджменту враховує всі етапи роботи підприємства — від закупівлі сировини, матеріалів, тари до реалізації готової продукції споживачам, в яких ключове положення займає «запобігання», а не «виявлення» неякісної продукції. Система міжнародних стандартів з менеджменту забезпечує усунення недоліків на всіх етапах роботи і складає з: необхідного інформаційного забезпечення; вибору постачальників; встановлення вимог до готової продукції; вибору оптимального процесу перероблення сировини — технологічних процесів; зберігання; транспортування; дотримання встановленої технології і стандартів при реалізації продукції; навчання персоналу; дотримання норм техніки безпеки і праці, охорони навколишнього середовища тощо.

Високі економічні результати, які досягнуті зарубіжними компаніями у харчовому бізнесі, що використали для поліпшення своєї діяльності систему міжнародних стандартів (якості, екологічних, соціальних), заставляють розглядати цей позитивний досвід як нові ефективні можливості для впровадження системи міжнародних стандартів з менеджменту на підприємствах м'ясної промисловості.

ЛІТЕРАТУРА

1. Шубина Г. Новые стандарты на мясную продукцию для многих неприятный сюрприз / Г. Шубина // Мясной бизнес. — № 9(49). — 2006. — С. 10 – 13.
2. На пороге новой эры в качестве продуктов питания. Проект ВТО-СФС. [Под ред. Л. Литвиненко] // Мясной бизнес. — 2005. — №7(36). — С. 8 – 11.
3. Шаповал М.І. Менеджмент якості: підручник / М.І. Шаповал. — 3-тє вид., виправ. і доп. — К.: Т-во «Знання», 2007. — 471 с.
4. Сур'як А. В. Основи економічної культури: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / А. В. Сур'як. — К.: Кондор, 2004. — 256 с.
5. Мостенська Т.Л. Системне забезпечення конкурентоспроможності підприємств м'ясної і молочної промисловості України: Монографія. / Т.Л. Мостенська, О.І. Драган, І.В. Суха. К.: НУХТ, ТзОВ Терно-граф», 2010. — 268 с.
6. <http://www.ISO.org>

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 006.063

Д.Ф. Крисанов
Національний університет
харчових технологій

НАЦІОНАЛЬНА СИСТЕМА ТЕХНІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ: ДІАГНОСТИКА, ПРОБЛЕМИ, РОЗБУДОВА

Проаналізовано формування національної системи технічного регулювання, проведено діагностику її складових та розкрито основні проблеми, що гальмують ці процеси. Обґрунтовано конкретні пропозиції, реалізація яких забезпечить подальшу розбудову вітчизняної системи технічного регулювання, її зближення з європейською та полегшить вихід українських виробників на ринку Євросоюзу.

Ключові слова: технічне регулювання, стандарти, зближення вітчизняної та європейської систем, акредитація, технічні регламенти.

Forming of the national system of the technical adjusting is analysed, diagnostics of her constituents is conducted and basic problems that brake these processes are exposed. Concrete suggestions, realization of that will provide further development of the home system of the technical adjusting, her rapprochement with European and will facilitate the exit of the Ukrainian producers at the market of European Union, are reasonable.

Key words: technical adjusting, standards, rapprochements of the home and European systems, accreditation, technical regulations.

З другої половини 1990-их рр. в Україні було започатковано проведення робіт по трансформації системи забезпечення виконання вимог чинних стандартів, що дісталися в спадщину від колишнього Союзу, в сучасну систему технічного регулювання. За орієнтир було обрано європейську модель і це було закріплено в Угоді про партнерство та співробітництво між Україною і Європейським Союзом, яка була підписана в 1994 р., а вступила в дію з 1.03.1998 р. Тому доречно оцінити пройдений за майже півтора десятиліття шлях, отримані результати, розкрити допущені помилки та прорахунки з тим, щоб урахувати їх при проведенні подальшої розбудови національної системи технічного регулювання (НСТР).

Метою статті є діагностика стану, узгодженості між складовими й сформованості вітчизняної системи технічного регулювання та розроблення пропозицій, спрямованих на забезпечення прискорення інституціональної, нормативної, організаційної розбудови та зближення НСТР з європейською, що створює необхідні умови для спрощення виходу української продукції на ринки Євросоюзу.

Початкові кроки щодо трансформації радянської системи забезпечення якості вироблюваної продукції є всі підстави пов'язувати з прийняттям перших основоположних законодавчо-нормативних актів [1 – 3], які стали точкою відліку для реалізації практичних заходів. Вони стосувалися започаткування процесу перегляду колишніх союзних і республіканських стандартів та їх гармонізації з міжнародними і європейськими. У цьому зв'язку необхідно розкрити відмінності між системою стандартизації, яка функціонувала в колишньому Союзі, і європейською моделлю, а також основні складові й етапи, згідно з якими повинна відбуватися трансформація пострадянської системи для того, щоб максимально наблизитися до чинної в ЄС. Радянська система стандартизації та забезпечення якості вироблюваної продукції базувалася на системі державних (ГОСТ) і республіканських (РСН) стандартів, в яких містилися вимоги до вироблюваної продукції. Ці вимоги були альфою і омегою радянської системи технічного регулювання і за їх порушення передбачалася сувора адміністративна та кримінальна відповідальність.

© Д.Ф. Крисанов, 2011

На відміну від радянської в європейській, як і в українській, системах стандартизації запроваджено основний принцип — добровільність застосування стандартів: виробник самостійно приймає рішення згідно з якими нормативними документами він буде виробляти продукцію. Але задекларована добровільність застосування стандартів значно ускладнює досягнення цілей стандартизації: сумісності вимог стандартів різних країн, взаємозамінності та безпечності продукції (процесів, послуг) для життя і здоров'я споживачів, тварин і рослин та навколишнього середовища. Отже, щоб уможливити їх дотримання необхідно забезпечити повсюдне встановлення однозначних вимог та їх безумовне виконання.

В Європейському Союзі правові акти, що встановлюють основні вимоги стосовно безпечності продукції є директивами Нового підходу, який доповнюється Глобальним підходом до оцінки відповідності. Сутність Глобального підходу полягає у введенні гармонізованих процедур оцінки відповідності в директиви Нового підходу.

В директивах ЄС встановлюються [4] загальні (суттєві) вимоги щодо безпечності продукції, захисту здоров'я споживачів і навколишнього середовища, а також методів оцінки відповідності, які є обов'язковими і яким має відповідати продукція. До директив розробляються європейські гармонізовані стандарти, де встановлюються конкретні характеристики безпеки продукції. Вони мають статус добровільного застосування і забезпечують реалізацію вимог відповідних директив. Оскільки виконання положень таких стандартів виробником сприймається як відповідність випущеної продукції вимогам європейських директив, то вона може бути поставлена на європейський ринок. Але коли виробник випускає продукцію, яка не відповідає вимогам гармонізованих європейських стандартів (і на це має право), то він повинен надати підтвердження тому, що його продукція відповідає основним вимогам європейських директив і лише після цього отримує право поставляти її на європейський ринок. Однак для цього необхідно провести додаткові випробування, затратити більше часу, зусиль і коштів, ніж при сертифікації продукції, яка була вироблена за вимогами європейських директив чи гармонізованих стандартів.

Такому підходу відповідає ситуація (тобто, продукція може поставлятися на європейський ринок) при наявності на підприємстві системи управління якістю, яка сертифікована на відповідність євростандартам в європейських та міжнародних центрах сертифікації.

Згідно із національним законодавством [5], технічне регулювання — правове регулювання відносин у сфері встановлення, застосування та виконання обов'язкових вимог до продукції або пов'язаних з нею процесів, систем і послуг, персоналу та органів, а також перевірки їх дотримання шляхом оцінки відповідності та/або ринкового нагляду. У зв'язку з орієнтацією на європейську модель забезпечення якості й безпечності продукції розбудова національної системи технічного регулювання повинна базуватися на таких основних принципах [4]:

- єдність правил встановлення вимог до продукції, процесів (методів) виробництва, експлуатації й утилізації, робіт чи послуг;

- відповідність технічного регулювання інтересам національної економіки, стану матеріально-технічної бази та рівню науково-технічного розвитку;

- незалежність органів з акредитації, сертифікації та випробувальних лабораторій (центрів) від виробників, продавців, виконавців і покупців;

- єдність системи та правил акредитації;

- єдність системи та правил оцінки відповідності.

Згідно з початковими уявленнями [4] про технічне регулювання воно обмежувалося системами стандартизації, метрології та сертифікації (підтвердження відповідності), а пізніше, з урахуванням вітчизняної специфіки та особливостей розбудови на нинішньому етапі, в якості головних складових НСТР почали виділяти такі [6, с. 15]:

законодавча база; стандарти; технічні регламенти; акредитація органів з оцінки відповідності; процедури оцінки відповідності; контроль і нагляд за виконання обов'язкових вимог. У сукупності при високому рівні їх сформованості та взаємоув'язаності між собою зазначені складові і формують систему технічного регулювання. Але на практиці започаткування формування основних елементів НСТР та їх розбудова не узгоджуються між собою на часовому відрізку унаслідок:

необхідності прискореного розвитку тих складових, які служать основою для розбудови наступних елементів (стандарти є базою для розроблення технічних регламентів; система державного ринкового нагляду формується за умови високого рівня розбудованості попередніх п'яти складових);

низького рівня фінансування робіт по стандартизації та розробленню технічних регламентів;

поєднання дозвільних і контрольних функцій у рамках одного державного органу; застарілості багатьох нормативних показників якості й безпечності продукції, що гальмує перегляд стандартів колишнього Союзу, розроблення національних нормативних документів та їх гармонізації з європейськими і міжнародними;

низького техніко-технологічного рівня виробництва, що гальмує перехід на дотримання вимог гармонізованих стандартів, а отже — необхідності поетапного наближення до них тощо.

У зв'язку з вищевикладеним доречно проаналізувати ситуацію із розбудовою кожної складової НСТР.

Законодавча база нині представлена більше ніж двома десятками законодавчих актів, зокрема:

закони України і декрети Кабінету Міністрів України загального характеру — 12 од. (про стандартизацію, ветеринарну медицину, санітарне та епідемічне благополуччя, оцінку відповідності тощо);

рамкові закони щодо безпечності та якості харчових продуктів, контролю та безпечності нехарчової продукції — 3 од.;

закони України на окремі види продовольства — 7 од. (алкогольні та тютюнові вироби, молоко та молочні продукти, рибу, цукор, воду, дитяче харчування).

Крім того, кілька законопроектів щодо продовольчої безпеки, ринкового нагляду та на окремі види продукції на різних етапах розгляду знаходяться у Верховній Раді України.

У сукупності це дозволяє зробити виважений висновок про те, що ця складова НСТР розбудована на доволі високому рівні.

Стандарти встановлюють призначені для загального і багаторазового використання правила, інструкції або характеристики, які стосуються діяльності чи її результатів, включаючи продукцію, процеси або послуги, дотримання яких є обов'язковим [5]. До 1998 р. в Україні функціонували стандарти колишнього Союзу, республіканські, інженерних товариств, окремих підприємств, а потім було започатковано процес їх перегляду, оновлення, затвердження та гармонізації з європейськими і міжнародними нормативними документами.

Як свідчать наведені в табл. 1 статистичні та розрахункові дані, кількість гармонізованих національних стандартів на кінець 2010 р. становила 6,8 тис. од., а їх загальна чисельність — 27,7 тис. од. (частка гармонізованих становить 24,5 %). В їх структурі до цього часу знаходяться розроблені ще до 1992 р., тобто колишні радянські і республіканські стандарти, в кількості майже 13,5 тис. од. (48,7 %), які ще необхідно буде переглянути.

Водночас, доречно звернути увагу на структуру чинних гармонізованих нормативних документів, що розроблені європейськими та міжнародними організаціями із стандартизації (табл. 2).

Таблиця 1. Структура нормативних документів (НД), чинних в Україні, та зміни, що відбулися, за видами НД та класами ДК 004 за 2010 р.

Клас та галузь стандартизації за ДК004	Кількість стандартів, чинних в Україні:				З них кількість стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими:			
	РСТ	Міждержавні стандарти (ГОСТ):			ДСТ-У	Міждержавні стандарти (ГОСТ):		
		прийняті як ДСТУ ГОСТ, розроблені до 1992 р.	розроблені до 1992 р.	Надано чинності в Україні (ГОСТ, ДСТУ ГОСТ, та ін.		прийняті як ДСТУ ГОСТ, розроблені до 1992 р.	розроблені до 1992 р.	Надано чинності в Україні (ГОСТ, ДСТУ ГОСТ, та ін.
ВСЬОГО								
– кінець 2010 р.	443	10282	2311	13045	1635	27716	6272	450
– кінець 2009 р.	446	9793	2311	13163	1658	27371	5851	468
Різниця	-3	489	0	-118	-23	345	421	-18
в тому числі:								
65. Сільське господарство								
– кінець 2010 р.	29	667	1	521	147	1365	345	30
– кінець 2009 р.	29	645	1	522	148	1345	336	30
Різниця	0	22	0	-1	-1	20	9	0
67. Харчова промисловість								
– кінець 2010 р.	110	1191	14	795	175	2285	462	9
– кінець 2009 р.	115	2058	14	805	175	3167	460	10
Різниця	-5	-867***	0	-10	0	-882***	2	-1
Агропродовольча сфера (65 + 67)								
– кінець 2010 р.	139	1858	15	1316	322	3650	807	39
– кінець 2009 р.	144	2703	15	1327	323	4512	796	40
Різниця	-5	-845***	0	-11	-1	-862***	11	-1

Джерело: Складено і розраховано за даними Держспоживстандарту України за відповідні роки.

*З метою не зниження загальної кількості гармонізованих НД у графі «Всього» до неї не додаються кількість (міждержавні стандарти (ГОСТ), розроблені до 1992 р.). Враховуючи, що відповідні стандарти можуть бути скасовані як такі, що втратили свою актуальність, без заміни (в рамках Програми перегляду чинних в Україні міждержавних стандартів (ГОСТ), розроблених до 1992 року, та приведення їх у відповідність до Угоди про технічні бар'єри у торгівлі Світової організації торгівлі).

** У графі «ВСЬОГО» загальна кількість гармонізованих НД = кількість (ДСТУ) + кількість (прийняті як ДСТУ ГОСТ міждержавні стандарти (ГОСТ), розроблені до 1992 р.) + кількість (міждержавні стандарти, яким надано чинності в Україні (ГОСТ, ДСТУ ГОСТ, ДСТУ (ГОСТ), ДСТУ/ГОСТ).

*** Такі високі показники зумовлені не скасуванням чинних стандартів, а змінами в їх розподілі між галузями стандартизації. Зазначимо, що на кінець 2008 р. загальна кількість стандартів по харчовій промисловості становила трохи більше 2,2 тис. од.

В табл. 2 розкрита структура чинних нормативних документів, на безумовне виконання вимог яких зорієнтована виробнича і обслуговуюча діяльність підприємств та організацій світу. Їх загальна кількість становить 68,4 тис. од., в т.ч. європейського комітету із стандартизації — понад 14 тис. од. Саме вказана цифра приймається за основу при визначенні рівня гармонізації національних нормативних документів із європейськими стандартами — зараз вона становить 10,2 % (гармонізовано 1441 нормативний документ), а по продовольчому комплексу — 16,8 % (136 : 810). Рівень гармонізації національних стандартів прийнято за індикатор зближення та уніфікації з європейською системою технічного регулювання — цей показник має становити не менше 80 %. Отже, пройдено лише восьму частину шляху за дванадцять років і необхідно прикласти значні зусилля та виділити і спрямувати необхідні кошти на прискорення процесу стандартизації.

Таблиця 2. Структура стандартів міжнародних та європейських організацій із стандартизації та рівень їх гармонізації в Україні станом на кінець 2010 р.

Клас та галузь стандартизації за ДК 004	Загальна кількість стандартів міжнародних та європейських організацій із стандартизації*					Інших органі- зацій із стандар- тизації	Разом	% гармонізації стандартів CEN, %
	ISO	IEC	CEN	CENE- LEC	ETSI			
I. Розподіл стандартів міжнародних та європейських організацій із стандартизації								
Всього	18539	6146	14049	5666	24000		68400	—
в т.ч.								
65. Сільське господарство	507	48	274				829	—
67. Харчова промисловоість	701	0	536				1237	—
Агропродовольча сфер (65 + 67)	1208	48	810				2066	—
II. Гармонізовано чинних в Україні стандартів із міжнародними та європейськими								
Всього**	4808	1337	1441	119	113	188	6801	10,3
в т.ч.								
65. Сільське господарство	319	6	66	0	0	1	377	24,1
67. Харчова промисловоість	381	0	70	0	0	50	476	13,1
Агропродовольча сфера (65 + 67)	700	6	136	0	0	51	853	16,8

* Джерело: Складено та розраховано за даними Держспоживстандарту України.

** В рядку «Всього» зазначається загальна кількість стандартів, а не їх сума за класами ДК 004 (організаціями із стандартизації).

Умовні позначення:

ISO — міжнародна організація із стандартизації;

IEC — міжнародна електротехнічна комісія;

ITU — міжнародний союз телекомунікацій;

CEN — європейський комітет із стандартизації;

CENELEC — європейський комітет із стандартизації в електротехніці;

ETSI — європейський інститут із стандартизації в галузі телекомунікацій.

Технічні регламенти (ТР) — закони України або нормативно-правові акти, прийняті Кабінетом Міністрів України, де визначено характеристики продукції або пов'язані з нею процеси чи способи виробництва, а також вимоги до послуг, включаючи відповідні положення, дотримання яких є обов'язковим [7]. Основою технічних регламентів виступають національні стандарти та інші нормативні документи, де встановлюються конкретні норми та положення, виконання яких гарантує виконання вимог відповідних ТР.

На початок 2011 р. було затверджено понад 30 ТР, з яких близько 10 різною мірою стосуються сільськогосподарської техніки і продовольчого машинобудування. За експертними оцінками, ще розроблено більше десятка ТР, які поки що не пройшли процедури розгляду та затвердження. Отже, на цій складовій нормотворча робота лише вийшла із стадії започаткування і повинна набути більшої динаміки.

Акредитація органів з оцінки відповідності — процедура, у ході якої національний орган з акредитації документально засвідчує компетентність юридичної особи чи відповідного органу з оцінки відповідності виконувати певні види робіт (випробування, калібрування, сертифікація, контроль) [8].

Для запровадження Європейської моделі акредитації було створене Національне агентство з акредитації України (НААУ), на яке покладено обов'язки здійснювати акредитацію органів з оцінки відповідності (ОВВ). Оскільки НААУ до цього часу не стала членом Європейської кооперації з акредитації (ЕА), то видані нею сертифікати на системи якості не визнаються більшістю країн світу. Вирішення цієї проблеми пов'язано із закріпленням функцій акредитації ОВВ лише за єдиним державним органом (тобто, вилучення зазначених функцій із других організацій, які поки що мають на це право), проведення оцінювання НААУ на міжнародному рівні і при виконанні відповідних вимог — підписання з ЕА «Угоди про взаємне визнання робіт з акредитації ОВВ». Необхідно зазначити, що певні зрушення на цьому шляху вже намітилися, однак до підписання вищезазначеної Угоди ще доволі далеко.

Процедури оцінки відповідності — будь-яка процедура для визначення того, чи виконуються встановлені у відповідних технічних регламентах, стандартах, кодексах установлені практики та технічних умовах вимоги до об'єктів, передбачених нормативними актами [7]. Зазначеним процедурам підлягає продукція, системи якості, системи управління якістю, системи екологічного управління, персонал виробників та постачальників продукції, органи з сертифікації, випробувальні лабораторії, органи державної влади. Продукція підприємств, на яких функціонують сертифіковані на відповідність європейським або міжнародним стандартам системи управління якістю, безпечністю, не потребує додаткових випробувань. Ситуація в цій сфері сертифікації розкрита в табл. 3.

Загалом в Україні, згідно з даними табл. 3, сертифіковано понад 2,9 тис. систем управління якістю, безпечності, екологічного управління та інших в різних органах сертифікації, включаючи зарубіжні. Це становить лише 2,3 відсотки від загальної кількості промислових підприємств (125,3 тис.) і це дуже мало.

Таблиця 3. Моніторинг сертифікатів на системи управління, виданих органами сертифікації Держспоживстандарту України вітчизняним підприємствам (станом на 31.12.2009 р.)

	Всього станом на звітну дату:						
	ISO 9001	ISO 14001	ISO 22000	НАССР	ISO 18001	ISO 27000	Інтегровані системи*
Всього	1344	55	44	98	20	0	53
з них у 2009 р.	425	24	30	40	10	0	24
В т.ч. за галузями: харчова та тютюнова промисловість	302	8	44	98	2	0	49
з них у 2009 р.	72	2	30	40	2	0	22

Джерело:

* 9001+14001; 9001+14001+18001; інші. У стовпчику таблиці зазначається лише кількість

За результатами моніторингу станом на 31.12.2009 року: 2563 підприємства сертифікували системи управління якістю відповідно до вимог стандарту ISO 9001 (з урахуванням сер-

тифікатів виданих органами сертифікації DVQI, SGC, УАЯ, ТЮФ та інш.); 132 підприємства сертифікували системи екологічного управління відповідно до вимог стандарту ISO 14001.

Умовні позначення:

ISO 9001 — система менеджменту якості. Вимоги;

ISO 14001 — система екологічного менеджменту. Вимоги і керівництво;

ISO 22000 — система менеджменту безпеки харчової продукції. Вимоги до організацій харчового ланцюга;

НАССР — (аналіз ризиків і критичні контрольні точки) система менеджменту безпеки харчових продуктів;

ISO 18001 — вимоги до системи оцінки професійної безпеки та здоров'я (охорони праці та виробничої безпеки);

ISO 27000 — стандарти з інформаційної безпеки.

Контроль і нагляд за виконанням обов'язкових вимог або державний ринковий нагляд — постійне спостереження за відповідністю продукції, введеної в обіг, технічним регламентам, правомірністю застосування на ній Національного знака відповідності, повнотою і достовірністю інформації про таку продукцію [7]. Ця складова є найменш розбудованою, певне просування є лише стосовно нехарчової продукції і тільки щодо законодавчої бази. Що ж стосується харчової продукції, то не затверджено жодного технічного регламенту на продукцію харчової промисловості, а отже неможливо встановлювати її відповідність ТР, які відсутні. Таким чином, запровадження державного ринкового нагляду буде забезпечено за умови формування необхідної законодавчої бази, розроблення і затвердження технічних регламентів на основні види харчової продукції, створення нових або наділення діючих державних органів функціями по проведенню ринкового нагляду та забезпечення їх необхідним фінансуванням. З метою успішної практичної реалізації цієї складової необхідно ґрунтовно вивчити та узагальнити європейський досвід у цій сфері і максимально його адаптувати до реалій України.

З 2008 р. ведуться перемовини щодо підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, включаючи положення про створення зони вільної торгівлі (ЗВТ). Невід'ємним додатком до Угоди по ЗВТ має бути Протокол щодо оцінки відповідності та прийнятності промислової продукції АСАА (угода про взаємне визнання Україною та ЄС сертифікатів відповідності на промислову продукцію), що дозволить вітчизняній продукції поступати на ринки ЄС без додаткових процедур оцінки відповідності [9].

Висновки. Національна система технічного регулювання знаходиться на шляху формування, однак цей процес обтяжений низкою проблем, неузгодженостей, інституціональних розривів тощо. З метою його активізації було б доцільно:

збільшити фінансування з бюджету на потреби проведення робіт по стандартизації та розробленню технічних регламентів;

сприяти розширенню участі суб'єктів господарювання у фінансуванні робіт по стандартизації та участі їх фахівців у розробленні сучасних нормативних документів;

розширити співробітництво з міжнародними та європейськими організаціями з метою ознайомлення з досвідом проведення робіт по стандартизації та впровадженню вимог директив у діяльність підприємств, а також проведення державного ринкового нагляду;

спрямувати гранти міжнародних і європейських організацій, міжнародну технічну допомогу на модернізацію обладнання випробувальних лабораторій та випробувальних центрів, розширити випуск витратних матеріалів, що використовуються при проведенні досліджень;

посилити адміністративну і кримінальну відповідальність за реалізацію неякісної, небезпечної та фальсифікованої харчової продукції тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про заходи щодо поетапного впровадження в Україні вимог директив Європейського Союзу, санітарних, екологічних, ветеринарних, фітосанітарних норм, міжнародних і європейських стандартів. Постанова Кабінету Міністрів України від 19.03.1997 р. № 244 // [Електронний ресурс] доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
2. Стратегія інтеграції України до Європейського Союзу. Указ Президента України від 11.06.1998 р. № 615/98 // [Електронний ресурс] доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
3. Про програму інтеграції України до Європейського Союзу. Указ Президента України від 14.09.2000 р. № 1079/2000 // [Електронний ресурс] доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
4. Марченко Н.І. Про стан технічного регулювання в Україні [Електронний ресурс] доступний з: <http://www.budinfo.org.ua/dog/1302443.jsp>.
5. Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності. Закон України від 01.12.2005 р. № 3164-ІУ // [Електронний ресурс] доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
6. Крисанов Д.Ф. Агропродовольча продукція в координатах якості та безпечності // Економіка АПК. — 2011. — № 1. — С. 12 – 19.
7. Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності. Закон України від 01.12.2005 р. № 3164-ІУ // [Електронний ресурс] доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
8. Про акредитацію органів з оцінки відповідності. Закон України від 17.05.2001 р. № 2407-ІІІ // [Електронний ресурс] доступний з: <http://zakon.rada.gov.ua/>.
9. Модель технічного регулювання, запроваджена в ЄС, є найбільш ефективною для міжнародного співробітництва, - фахівці // [Електронний ресурс] доступний з: http://www/rbc.ua/ukr/finance/show/model_tehnicheskogo_regulirovaniya_vvedennaya_v_es.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 658.152

С.А. Стахурська
Національний університет
харчових технологій

ІНВЕСТИЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ В АСПЕКТІ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЗМІН

Проаналізовані сутність та необхідність змін в організації у зв'язку з її життєвим циклом і згідно теорії фазових трансформацій бізнесу. Визначені необхідність та види інвестиційних стратегій для забезпечення змін в організації.

Ключові слова: організація, життєвий цикл, інвестиційна стратегія, операційна стратегія, організаційні зміни, теорія фазових трансформацій бізнесу.

The essence and necessity of changes in organization dealing with it's life cycle and according to the theory of business phase transformations are analyzed. The necessity and types of investing strategies for ensures of changes in organization are determined.

Key words: organization, life cycle, investing strategy, operating strategy, organization changes, theory of business phase transformations.

На сучасному етапі визнається необхідність свідомого перспективного управління інвестиційною діяльністю на основі передбачення її напрямків і форм та адаптації до цілей розвитку організацій та змінних умов зовнішнього середовища. Ефективним інструментом управління перспективною інвестиційною діяльністю є інвестиційна стратегія. Актуальність розроблення інвестиційної стратегії визначається певними умовами. В публікаціях з даної проблеми виділяють такі формуючі інвестиційну стратегію чинники: інтенсивність зміни умов зовнішнього середовища, перехід до наступної стадії життєвого циклу, зміна цілей операційної діяльності [1, 3]. Зазначимо, що між цими чинниками є певний зв'язок: умови зовнішнього середовища впливають і на операційну діяльність, і на життєвий цикл, а зміна цілей операційної діяльності визначатиме тривалість життєвого циклу та окремих його стадій.

За мету даного дослідження поставлено наступне: проаналізувати сутність та необхідність змін в організації у зв'язку з її життєвим циклом і згідно теорії фазових трансформацій бізнесу; визначити необхідність та види інвестиційних стратегій для забезпечення змін в організації.

Закон самозбереження, як один із законів організації, передбачає, що будь-яка організація, так як і її окремий елемент, прагне зберегти себе як ціле, що вимагає дотримання ряду умов (наприклад, економне та раціональне використання ресурсів, розширення або диверсифікація видів діяльності та ін.). Інший закон організації — закон онтогенезу попереджає, що життя будь-якої організації складається з трьох основних фаз, що послідовно змінюють одна одну: становлення, розвиток та занепад. Виявлення цього закону пов'язано із загальновідомою концепцією життєвих циклів організації, яка базується на методологічній основі циклу — теорії набуття рівноважного комплексу з середовищем.

Життєвий цикл організації — це загальний період її діяльності та поетапне проходження окремих стадій розвитку: народження, юність, середній вік, зрілість, відмирання або перехід у нову якість. Еволюційна теорія свідчить, що життєвий цикл організації може бути досить тривалим. Це пояснює «теорія трансформацій систем управління» (Л. Грейнер) через діалектичну концепцію переростання кількості в якість, тобто йдеться про необхідність змін, що можуть бути запорукою довготривалого життя організації. Подальші наукові дослідження даної проблеми призвели до «теорії фазових трансформацій бізнесу», в основі якої лежить постулат переходу накопиченої кількості компетенцій бізнес-системи в нову якість системи управління.

© С.А. Стахурська, 2011

На фазі управління бізнес-ідеєю (стадія створення бізнесу) виникає криза компетенцій (нестача знань, необхідність розділення гілок влади та ін.). Виходом з даної кризи є перехід до фази управління функціями (формалізація і створення структур). Подальший розвиток бізнесу і його функціональних підрозділів вимагає залучення нових компетенцій, оскільки виникає криза координації. Вихід з кризи — в свідомому формуванні систем процесного управління, в реінжинірингу бізнес-процесів. З часом розвиток бізнес-системи призводить до ускладнення інформаційних потоків, що викликає кризу контролю. Це вимагає переходу до системного управління, до створення та управління мережами, але при цьому необхідно зберігати контроль корпоративного центру за товарно-матеріальними та грошовими потоками системи. Подальше зростання бізнес-системи розширяє та ускладнює бюрократичний механізм контролю галузевої структури і напрямків інвестиційної діяльності. Це призводить до кризи бюрократії. Після цього управління значними активами унеможливується. Необхідно оптимізувати портфель активів, при цьому з'ясовується суттєва перевага нематеріальних активів (патентів, прав власності, прав користування, технологій, торгових марок). Фаза управління нематеріальними активами є на теперішній час вищою стратегією розвитку. Згідно теорії фазових трансформацій бізнесу наступною буде криза інновацій, криза продукту, тобто криза бізнес-ідей (криза синергії), що вимагатиме переходу до наступного витка еволюційної спіралі. Виходом з цієї кризи може бути залучення нових технологій, що призведуть до зміни структури нематеріальних активів.

Описаний вище циклічний розвиток організації не відбувається спонтанно, а вимагає необхідності здійснення процесів перетворення певних елементів організації з одного стану в інший, тобто проведення організаційних змін. Теорія організації розрізняє два типи механізмів здійснення організаційних змін — адаптаційні та селекційні. Перший тип передбачає, що організації здійснюють раціональні адаптації у своїх структурах та поведінці відповідно до змін середовища. Другий тип представляє собою процеси зникнення та народження організаційних популяцій. При цьому індивідуальні організації вважаються інертними та не гнучкими, нездатними до раціональних адаптацій.

Аналіз досліджень щодо організаційних змін дозволяє виділити три основні теоретичні напрямки:

підхід раціональної адаптації — стверджує, що зміни в організації відображають розроблені зміни у стратегії та структурі індивідуальних організацій відповідно до змін середовища, загроз та можливостей; даний підхід відображено таким баченням цієї проблеми, як теорія контингентності, теорія залежності від ресурсів, нова інституційна і марксистська теорії організації;

популяційно-екологічний підхід — наголошує, що структурні варіації відбуваються на основі створення нових організацій та організаційних форм як заміна старих;

підхід довільної трансформації — стверджує, що, незважаючи на те, що організації змінюють свої структури в основному у відповідь на ендогенні процеси, ці зміни лише в деякій мірі відповідають конкретним станам середовища та побажанням лідерів організацій [2].

Категорія «організаційні зміни» розмежовується на три інші: удосконалення, організаційний розвиток, реорганізація. Головна відмінність між цими поняттями — це глибина змін, що здійснюються в системі управління. Удосконалення — це процес підвищення ефективності одного з елементів організації. Під організаційним розвитком розуміють процес переходу усіх елементів організації з одного якісного рівня на інший [4, 5]. Організаційний розвиток носить інтегральний характер, оскільки глибокі зміни навіть в окремих елементах організації призводять до зміни всієї організації. Організаційний розвиток — це довготермінова робота в організації щодо удосконалення процесів вирішення проблем і оновлення. Такий розвиток є стратегічним шляхом зростання загальної ефективності організації.

Реорганізація пов'язана із руйнуванням існуючої управлінської системи, переглядом основних цілей, цінностей та стереотипів виконання роботи. Виділяють такі види реорганізації підприємства: злиття; приєднання; поділ; виокремлення; перетворення; скорочення; перепрофілювання. Ряд авторів виділяють ще один вид змін — реінжиніринг. Реінжиніринг — це фундаментальне переосмислення та радикальне перепроєктування ділових процесів для досягнення різних, стрибкоподібних покращень у вирішальних показниках діяльності організації, таких як вартість, якість, сервіс, темпи. Об'єктом реінжинірингу є не окремі виробничі функції, а процеси.

Отже, для тривалого ефективного функціонування організації необхідне здійснення організаційних змін, які будуть забезпечувати перехід до наступних, вищих етапів розвитку. Звісно, що така діяльність здійснюється не спонтанно, а цілеспрямовано і напередодження. Тобто необхідне розроблення загальної стратегії розвитку організації, основою якої буде операційна стратегія, але забезпечує реалізацію усіх цілей інвестиційна стратегія.

В економічній літературі прийнято виділяти такі загальні стратегії: зростання, підтримки, реструктуризації, скорочення діяльності, ліквідації, а також комбінації названих стратегій [6]. Слід зазначити, що при єдиному загальному стратегічному напрямі можливе одночасне застосування різних стратегій для окремих підрозділів (цехів, дільниць) або для різних продуктів. Залежно від фази життєвого циклу змінюється зміст стратегічного набору, тобто мають різне спрямування продуктово-товарні, виробничі (операційні), інвестиційні, маркетингові, організаційні та інші стратегії. Оскільки операційна діяльність для організацій найчастіше є цільовою, провідною та визначальною, то в першу чергу при визначенні цілей розвитку необхідне урахування операційних стратегій. Базовими операційними стратегіями вважаються такі:

1. «Обмежене зростання». Дана стратегія використовується підприємствами із стабільним асортиментом продукції та виробничими технологіями, що рідко підлягають впливу технологічного прогресу. Ця стратегія можлива в умовах слабких коливань кон'юнктури ринку та стабільної конкурентної позиції підприємства. В цих умовах стратегія підприємства спрямована, в першу чергу, на забезпечення відтворювальних процесів та приросту активів для підтримання обмеженого зростання виробництва та реалізації продукції.

2. «Прискорене зростання». Ця стратегія найчастіше використовується підприємствами на початку свого життєвого циклу, а також підприємствами та галузями, для яких характерний динамічний розвиток під впливом технологічного прогресу. Стратегія підприємства спрямована на інтенсивне розширене відтворення та інноваційне інвестування.

3. «Скорочення (стиснення)». Найчастіше дана стратегія обирається підприємствами в стадії фінансової кризи або на останніх стадіях свого життєвого циклу. Характерне «згортання» відтворювальних процесів та «звужене» інвестування.

4. «Поєднання (комбінування)». Дана стратегія є поєднанням різних типів стратегій і характерна для великих підприємств з широкою галузевою та регіональною диверсифікацією діяльності.

Здійснення операційної стратегії забезпечується такою функціональною (і одночасно ресурсотворюючою) стратегією як інвестиційна, яка залежно від загальної стратегії може бути агресивною, помірною чи консервативною [1].

Стратегічні наміри власників, на які серед інших чинників впливатиме і етап життєвого циклу підприємства, можуть проявлятися у таких основних стилях стратегічного управління діяльністю:

1. Прирістний — забезпечує здійснення консервативної чи помірної стратегії; характерний для підприємств, що знаходяться на стадії життєвого циклу «зрілість»; темпи зростання та відтворення найчастіше незначні і визначаються переважно кон'юктурою ринку; переважає просте відтворення, розширене відтворення незначне.

2. Підприємницький — полягає в активній позиції стосовно усієї сфери діяльності, забезпечує здійснення агресивної стратегії, характеризується постійною трансформацією напрямків, форм та методів діяльності, яка здійснюється відповідно до змін факторів зовнішнього середовища. Даний підхід (або його елементи) може використовуватись на будь-якому етапі життєвого циклу підприємства, особливо при «агресивній» ідеології власника. Але на етапі «старіння» його необхідно обов'язково застосовувати з метою відродження.

Лише підприємницький підхід та здатність колективу підприємства до організаційних змін дозволять на останньому етапі життєвого циклу реорганізувати підприємство шляхом оновлення, перепрофілювання, реінжинірингу чи завдяки іншому виду змін. Із сказаного вище випливає, що існує певний взаємозв'язок змін в організації та інвестиційних стратегій (рис.).

Стадія життєвого циклу	Фази трансформації бізнесу фаза управління (ФУ)	криза	Стратегія		
			операційні	інвестиційні	
Народження («дитинство»)	ФУ бізнес-ідеєю (стадія створення бізнесу)	Криза керівництва (компетенції)	Прискорене зростання	Агресивна (підприємницький стиль стратегічного управління)	
Становлення («юність»)	ФУ функціями	Криза координації			
	ФУ процесами	Криза контролю			
Зростання («рання зрілість»)	ФУ мережами	Криза бюрократії		Поеднання (комбінування)	Помірна або консервативна (прирістний стиль стратегічного управління)
Зрілість («остаточна зрілість»)					
Занепад («старіння»)	Стадія створення нового бізнесу. ФУ новою бізнес-ідеєю	Криза бізнес-ідеї	Скорочення (стиснення)	Агресивна (підприємницький стиль стратегічного управління)	
Відродження ...		...	Прискорене зростання		

[розроблено автором]

Рис. Взаємозв'язок інвестиційної стратегії та змін в організації

Інвестиційна стратегія передбачає конкретизацію стратегічних напрямів інвестиційної діяльності та стратегію формування інвестиційних ресурсів. Напрямки інвестиційної діяльності визначаються залежно від певної стадії (фази) розвитку організації (підприємства) з урахуванням чинників зовнішнього середовища. Відповідно до цього мають формуватися і інвестиційні ресурси. Враховуючи і узагальнюючи основні стратегічні цілі, слід виділити інвестиції зростання (ІЗ), критичну масу інвестицій (КМІ) та інвестиції розвитку (ІР).

Переважаюча частка інвестицій зростання характерна для перших трьох етапів життєвого циклу (народження, становлення, зростання) і пов'язана переважно із нарощенням активів, зростанням капіталу.

Критична маса інвестицій характеризує мінімальний обсяг інвестиційної діяльності, який дозволяє формувати чистий операційний прибуток. Наявність критичної маси має забезпечувати діяльність організації протягом усього життєвого циклу. Інвестиції розвитку необхідні щонайменше починаючи із четвертої стадії життєвого циклу (зрілість), коли необхідна активна підтримка створених нематеріальних активів та розроблення нових з метою запровадження нового бізнесу або принципового оновлення існуючого (табл.).

Таблиця. Структура та співвідношення інвестицій залежно від стадій життєвого циклу

Стадії життєвого циклу	Структура інвестицій	Співвідношення інвестицій
Народження («дитинство»)	ІЗ + КМІ	ІЗ > КМІ
Становлення («юність»)	ІЗ + КМІ	ІЗ > КМІ
Зростання («рання зрілість»)	ІЗ + КМІ	ІЗ > КМІ
Зрілість («остаточна зрілість»)	ІЗ + КМІ + ІР	ІЗ < КМІ
Занепад («старіння»)	КМІ + ІР	ІР >> КМІ

[розроблено автором]

Висновки. Інвестиційна стратегія, яка представляє собою систему довгострокових цілей інвестиційної діяльності, визначається загальними задачами розвитку. Розвиток має відбуватися як випереджаюча реакція на зміни зовнішнього середовища, що відображається на операційній, а відповідно і на інвестиційній діяльності. Такий розвиток розпочинається і згортається в межах певних циклів, які передбачають постадійну (фазову) трансформацію діяльності. Ці процеси пояснюються концепцією життєвих циклів і, як показано в роботі, підтверджуються теорією фазових трансформацій бізнесу. Ефективне забезпечення діяльності в межах існуючого циклу та своєчасний перехід до наступного циклу (відродження, створення нового бізнесу) мають забезпечити відповідні інвестиційні стратегії (агресивна, помірна або консервативна) та формування в певних співвідношеннях інвестицій зростання, критичної маси інвестицій та інвестицій розвитку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : [учебный курс] / И. А. Бланк. — [2-е изд., перераб. и доп.]. — К. : Эльга, Ника-Центр, 2006. — 552 с.
2. Валентинов В. Л. Аграрна реформа у світлі теорії організаційних змін / В.Л. Валентинов, М. В. Мунтян // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2006, № 2. — С. 25 – 30.
3. Герасимчук М. С. Інвестиційне забезпечення економічного розвитку / М. С. Герасимчук // Україна: утворення незалежної держави 1991 — 2001. — К.: Альтернативи, 2001. — С. 255 – 258.
4. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту: підручник / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. — К.: Академвидав, 2003. — 416 с.
5. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: підручник. Вид. 2-ге, випр., доп. / Ф.І. Хміль. — К.: Академвидав, 2007. — 576 с.
6. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : навч. посіб. / З.Є. Шершньова, С. В. Оборська. — К.: КНЕУ, 1999. — 384 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 658:338:332.155

Т.А. Репич,
К.В. Питель
Національний університет
харчових технологій

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Економіка України повинна стати конкурентоспроможною. Використання інструментів логістики дасть змогу поліпшити внутрішнє та сформувати сприятливе зовнішнє середовище господарювання підприємства. У цьому зв'язку однією із стратегічних цілей є спроба використати концепцію і методологію логістики для удосконалення логістичної системи підприємства, організації різноманітних ресурсопотоківих процесів.

Ключові слова: логістика, логістична система, логістична діяльність, розподільча логістика.

Ukraine's economy to become competitive. Using logistic will help improve internal and external environment favorable to form a management company. In this regard, one of the strategic goals is trying to use the concept and methodology to improve logistics logistics system, organizations resursopotokovyh various processes.

Key words: logistics, logistics system, logistics activities, distributive logistics.

Актуальність розвитку логістики зумовлена, з одного боку, тим, що наявні нині системи виробництва та розподілення продукції не задовольняють ринковий попит.

Одним з важливих напрямів для стабілізації економіки України і створення нової економічної системи є встановлення та оптимізація витрат, пов'язаних з управлінням матеріальними потоками.

Проте інтерес до логістики пояснюється не тільки новим для вітчизняної економіки і незвичним терміном, а, головне, вражаючими результатами, отриманими завдяки застосуванню логістичного підходу в країнах з розвинутою ринковою економікою.

У сучасних умовах кризового стану національної економіки виникає потреба невідкладної та всебічної перебудови й удосконалення господарської діяльності.

У ринковій економіці виробник продукції сам встановлює такі параметри виробництва, щоб був у вигоді не лише споживач, що придбав його продукцію, але й він. Споживач повинен одержати необхідну продукцію відповідної якості та номенклатури до визначеного терміну, інакше він звернеться до конкурента. Завдання виробника продукції зводиться до необхідності організувати відповідне виробництво і створити таку гнучку систему, яка б дозволяла споживачеві одержувати вчасно те, що він хоче і що для нього необхідне. Такою складовою системи управління виробництвом є логістика.

Питання розвитку сучасної логістики, логістичних організацій в цілому мають непогане опрацювання у вітчизняній та зарубіжній літературі (Анікін Б.А., Банько В.Г., Крикавський Є., М. Крістофер, Міротін Л.Б., Ніколайчук В.Є., Х. Пек, Іванов Д.А., Окландер М.А., Пономарьова Ю.В., Смехов А.А., Стаханов В.Н., Стерлігова А.Н., Смиричинський В.В., Уваров С.А., Ingrid Gopfert та ін.) Однак, вивченню чинників та тенденцій розвитку сучасної логістики, питанням глобальної логістики та сучасних інформаційних технологій в логістиці приділялося істотно менше уваги, що спонукає нас зосереджувати на цьому свою увагу.

Роль логістики в життєдіяльності підприємств, особливо промислових, дуже велика. Діяльність логістичних служб безпосередньо впливає не лише на керування логістичними процесами, а і на формування портфеля замовлень підприємства, а через нього — на розробку асортиментної програми виробництва і відповідної стратегії.

© Т.А. Репич, К.В. Питель 2011

Від ефективності логістичної системи багато в чому залежить поліпшення планування, завантаження і використання виробничих та інфраструктурних потужностей, дотримання і підвищення дисципліни постачань, скорочення збутових витрат й загальне підвищення ефективності роботи підприємства. З швидким розвитком різних технологій логістика стає необхідною: у сфері транспорту, технічного, інформаційного забезпечення та ін.

Застосування логістики значно підвищує продуктивність праці як у сфері обігу, так і у сфері виробництва. За оцінками фахівців, з початку 1980-х р.р. у США в щорічному загальному збільшенні продуктивності праці (5 – 6 %) половина (2,5 – 3 %) досягається за рахунок поширення логістики. Установлено, що скорочення на 1 % логістичних витрат еквівалентно майже 10% -ному збільшенню обсягу продажів. Наскрізний моніторинг матеріального потоку, за даними Європейської асоціації, забезпечує скорочення запасів на 30 – 70 %; за даними промислової асоціації США — на 3 – 50 %. На думку фахівців (експертна оцінка), застосування логістики дозволяє: знизити рівень запасів на 30 – 50 %; скоротити час руху продукції на 25 – 45 %; скоротити повторні складські перевезення в 1,5 – 2 рази; скоротити витрати на автоперевезення на 7 – 20 %, на залізничні – на 5 – 12 %.

На даному етапі розвитку науково-технічного прогресу умовно існує технологічна межа резервів виробництва, а господарсько-організаційних, тим більше в умовах ринку, — ні. Тому виникнення логістики як засобу виявлення та використання цих резервів цілком виправдане.

З економічної точки зору логістика трактується як діяльність з метою отримання необхідної кількості продукції з оптимальними витратами у встановлений час та у встановленому місці з відповідним інформаційним забезпеченням даного процесу. В основі економічної стратегії підприємства логістика використовується як знаряддя в конкурентній боротьбі та розглядається як управлінська логіка для реалізації рішень щодо раціонального розміщення фінансових, матеріальних, людських та інформаційних ресурсів, контролю за ними.

Відмінною рисою та одною з основних переваг логістики є широке застосування засобів інформатики та комунікацій. Основним об'єктом дослідження, управління і оптимізації в логістиці є матеріальний потік і всі супутні йому потоки (інформаційні, фінансові, сервісні).

Головним глобальним завданням логістики є зростання прибутку фірм за рахунок досягнення з найменшими витратами максимальної пристосованості фірм до мінливої ринкової ситуації, підвищення на ринку своєї частки та одержання переваг перед конкурентами

Сучасний логістичний процес має протікати з дотриманням основного правила логістики — правила «7R»:

- 1R (right product) — потрібний товар;
- 2R (right quality) — необхідної якості;
- 3R (right quantity) — у необхідній кількості;
- 4R (right time) — в потрібний час;
- 5R (right place) — в потрібному місці;
- 6R (right customer) — потрібному споживачу;
- 7R (right cost) — з необхідним рівнем витрат.

Мета логістичної діяльності досягається тоді, коли правило «7R» діє, тобто коли потрібний товар високої якості, необхідної кількості, у найзручніший для замовника час буде доставлено у зазначене ним місце з мінімальними витратами.

Також сучасний етап розвитку логістики характеризується створенням великої кількості професійних організацій. Це пов'язано з тим, що мистецтво логістики розвивається настільки стрімко та швидко, що професіоналам приходится постійно займатися самоосвітою.

Розвиток НТП прискорив консолідацію інфраструктурних елементів, що слабо взаємодіють, у єдину логістичну систему. Цьому сприяли, у першу чергу, розвиток транспорту, систем передавання й обробки інформації, розвиток баз даних і удосконалювання транспортно-переміщувальних технологій. Моделювання, комп'ютерне і кваліфікаційне забезпечення пошуку і прийняття рішень надало можливість фахівцям реалізувати логістичний підхід у керуванні потоковими процесами і стимулювати прогресивні якісні зміни кожного впливового фактора у сукупності.

В останні роки серед західних фахівців у сфері логістики домінує точка зору про те, що в сучасних умовах виробництва удосконалення управління матеріально-технічним забезпеченням з орієнтацією тільки на мінімізацію витрат вже не відповідає нагальним потребам. На їхню думку, управління стає оптимальним лише тоді, коли воно базується на логістичній концепції, що тісно пов'язана з активною ринковою стратегією. Таким чином, логістика має працювати перш за все на споживача, намагаючись максимально задовольнити його попит.

Концептуальний підхід до розвитку системи логістики передбачає, що функції логістики розглядають як дуже важливу підсистему загальнофірмової системи. Це означає, що створювати логістичні системи і управляти ними слід виходячи із загальної мети — досягнення максимальної ефективності роботи всього підприємства.

Однак, з розвитком та поширенням логістичних систем на підприємствах і фірмах дедалі більше почала відчуватися необхідність у їх вдосконаленні й впровадженні у практику таких логістичних інформаційних систем, які б давали змогу органічно поєднувати і зводити в одне ціле усі логістичні підсистеми.

Неабиякого поширення логістика набула у розвинутих країнах з ринковою економікою. Це зумовлено насамперед тим, що конкурентоспроможність підприємств значною мірою залежить від якості логістичного обслуговування. Останнім часом логістика почала застосовуватися і у сфері економіки України. На підприємствах, у транспортних та посередницьких організаціях виникла потреба у фахівцях з логістики.

На сьогоднішній день логістика представляється:

як сучасна конкурентноздатна стратегія господарюючих суб'єктів, головним чинником якої є ресурсозберігаючий алгоритм роботи підприємства;

як системний підхід, що представляє переміщення і розвиток матеріальних, інформаційних, фінансових і трудових ресурсів в категоріях потоків і запасів;

як алгоритм організації раціонального переміщення матеріальних потоків і супутніх ним потоків інформації і фінансів на всіх стадіях відтворювального процесу;

як вид підприємницької діяльності, що спеціалізується на закупівлі, зберіганні і доставці сировини, матеріалів, продукції споживачеві.

В зв'язку із стрімким розвитком виробництва і жорсткою боротьбою за ринки збуту, на даному етапі логістичний підхід покликаний оптимізувати завдання доставки товару, коштів чи інформації до потрібного місця в потрібний час (*just in time* — найвідоміша вимога логістики). Система розподільної логістики стає сильним конкурентним знаряддям і основою контролю в здійсненні виробничої та маркетингової діяльності.

У сфері збуту логістика — ефективний інструмент реалізації стратегії й тактики маркетингу. Одночасно у сфері розподілу (фізичного) маркетинг є інструментом реалізації логістичної стратегії й тактики. Процеси розподілу можна розглядати з позицій макро- і мікрологістики.

Макрологістика — найважливіша складова макроекономічної проблематики. На цьому рівні потрібно вирішити безліч завдань. Найважливіші з них:

розміщення трансформаційних центрів на логістичному полігоні;

формування раціональних логістичних ланцюгів з метою ефективного керування потоковими процесами.

Призначення мікрологістики у сфері розподілу полягає в забезпеченні на локальному рівні планування, організації, керування і контролю процесів переміщення

готової продукції, інформації (готівки тощо). Логістика на цьому рівні означає застосування найбільш ефективних способів роботи з фізичного переміщення, основаних на достовірній, повній і актуальній інформації, що відображає вимоги замовників.

Останніми роками в сфері логістики виявляється яскраво виражена тенденція інтеграції учасників сфери обігу. Основними факторами, що впливають на логістику, є динамічність ринку, розвиток науково-технічного прогресу, зміна пріоритетів державної соціально-економічної політики. Підприємствам в ситуації невизначеності зовнішнього середовища з метою адаптації своєї виробничо-комерційної діяльності до вимог поточного моменту і прогнозування ймовірних перспектив доводиться все активніше поширювати свої функціональні впливи за власні системні рамки.

Логістика на сучасному етапі свого розвитку характеризується:

сучасними комунікаційними технологіями, що забезпечують швидке проходження матеріальних та інформаційних потоків, дають змогу здійснювати контроль всіх етапів руху продукту від первинного джерела сировини до кінцевого споживача; розвитком галузей, пов'язаних із наданням послуг в галузі логістики.

Отже, можна констатувати, що логістика залежно від її сучасного рівня розвитку є комплексним (системним) методом розробки стратегій і механізму оптимізації господарчих зв'язків на основі міжфірмених чи міжфункціональних економічних компромісів.

Зростання ефективності логістики взаємозумовлено зростанням інвестицій в інфраструктуру сфери розподілу і веде до зміни структури та модернізації локальних об'єктів логістики.

Великого значення для подальшого розвитку логістики набуває необхідність державної підтримки процесів руху товару.

Стратегічний напрямок логістики в Україні зумовлений декількома причинами:

Швидким зростанням витрат на будь-які перевезення (викликаним зростанням цін на нафту та енергетичною кризою);

Переорієнтацією від ринку надання послуг до ринку споживача і як наслідок досягнення межі ефективності системи обслуговування і виробництва. Для подальшого просування послуг на ринку стало необхідним зокрема поліпшення роботи в сфері розподілу, що дозволяє знижувати ціну послуг і постачати його точно в термін і потрібної якості;

Розвитком комп'ютерних технологій, що дозволяє здійснювати обробку величезних масивів інформації і обмінюватися даними в реальному часі з мінімальними витратами.

До сучасних тенденцій логістики відносяться наступні десять.

1. Відбулися фундаментальні зміни у філософії товарно-матеріальних запасів.
2. Асортимент товарів істотно розширився.
3. Відбулися революційні зміни у сфері виробництва комп'ютерів та комунікаційних технологій, що сприяло здійсненню логістичного підходу, побудованого на безлічі облікових елементів та оперуючого великими обсягами даних.
4. Використання комп'ютерів у світі бізнесу постійно розширюється. У багатьох фірм з'явилася можливість систематично вивчати якість сервісу, що їм надають постачальники. Проводячи такого роду аналіз, багато фірм одержали можливість модернізації своїх систем розподілу.
5. Громадськість звернула увагу на проблеми забруднення навколишнього середовища та повторного використання відходів (рециклінг). Ці проблеми пов'язані з логістикою, оскільки мова йде про пакувальні матеріали та про створення каналів повернення відходів для переробки.
6. З'явилися нові, великі мережі роздрібного продажу та торговельні фірми масового продажу з дуже складними логістичними системами. Крім центрів масової торгівлі, з'явилися також мережі великих спеціалізованих магазинів, що процвітають багато в чому завдяки добре відпрацьованим логістичним системам

7. Розширення асортименту пропонованих логістичних послуг:

відстрочення, що полягає в тому, що в розподільну систему передається майже готова продукція, при цьому її модифікація або облік останніх вимог споживачів відкладаються до самого останнього можливого моменту, що істотно знижує рівень запасів;

перевалювання, використання прямого відвантаження, які зводять до нуля запаси та відповідні витрати в розподільних центрах;

масовий випуск продукції на замовлення, об'єднуючий вигоди масового виробництва з гнучкістю продукції на замовлення;

пряма доставка через електронні мережі передачі даних, через кур'єрські служби, служби експрес-доставки посилок;

послуга управління запасами продавцем, яка полягає в тому, що постачальники управляють як власними запасами, так і запасами, що зберігаються в нижніх ланках ланцюга поставок, що знижує загальні витрати;

синхронізоване переміщення матеріалів, при якому інформація про рух доводиться до всіх учасників ланцюга поставок одночасно, що дозволяє оперативно координувати переміщення матеріальних ресурсів

8. Аутсорсинг — передача функцій контролю над розподілом готової продукції від виробників до спеціалізованих фірм. Це дозволяє їм, по-перше, використовувати більший досвід спеціалізованих логістичних фірм в розподілі продукції, а по-друге, більшою мірою зосередитися на своїй основній діяльності — виробництві, розвитку та просуванні на ринок своєї продукції, і, по-третє, скоротити свої невідповідні витрати.

9. Скорочення числа постачальників та формування довгострокової співпраці з логістичними фірмами. У минулому фірми мали велику кількість постачальників, що конкурували один з одним, що допомагало укласти вигідні угоди. В сучасних умовах логістичні фірми все більш притягуються до управління всіма процесами в ланцюзі поставок, а фірми-клієнти все частіше знайомлять їх зі своєю довгостроковою метою, щоб спільно розробляти взаємоприйнятні рішення.

Клієнти все більше цінують свій час та все більше довіряють професіоналам-логістам, з якими співробітничать. Вони прагнуть обмежити їх число, але розвивати довгострокову співпрацю з тими, кого вони обрали в партнери.

10. Удосконалення методів управління логістичними процесами. Розробляються нові та удосконалюються існуючі методи управління логістичними процесами, покликані вирішити відомі логістичні цілі: скоротити складські запаси, оперативно реагувати на зміни попиту, понизити собівартість продукції, оптимізувати транспортні потоки, скоординувати діяльність всіх елементів логістичного ланцюга і т.п.

Розглянувши сучасні тенденції логістики можна говорити про розвиток і поступове впровадження логістики в господарську практику. Звідси на відміну від традиційного управління матеріальними потоками, здійснюваного людьми з давніх часів, при використанні логістичного підходу виділяється категорія «наскрізний матеріальний потік», який стає об'єктом управління з якісними показниками, що контролюються.

Логістика як практика менеджменту може стати надійним помічником в удосконаленні діяльності підприємств. З цією метою в Україні необхідно створити розгалужену мережу логістичних утворень, що в сучасних кризових умовах допоможе підприємствам швидше встановити нові господарчі зв'язки. Такі служби, як ніякі інші заходи, спроможні швидко відновити виробничий ритм, знявши бар'єр у господарських відносинах.

Висновки. Логістику в Україні тільки починають застосовувати в повному обсязі. Необхідною умовою успішного її розвитку є підготовка фахівців належної кваліфікації, спроможних здійснювати проектування автоматизованих систем логістики та застосовувати їх на підприємствах і в постачальницько-збутових організаціях.

«Відновлення прав» логістики в Україні — справа часу, адже питання ефективності виробничо-розподільчих відносин дуже актуальні не тільки у сучасних кризових

умовах, а й у майбутньому. Сподіватимемося, що і в Україні до логістики ставитимуться не тільки як до модного слова, а вона набуде розвитку як ефективний науково-практичний напрям.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бакаєв О.О., Пирожков С. І. та ін. Міжнародні транспортні коридори України: мережі та моделювання. В 2-х част. — К.: КУЕТТ, 2004. — 604 с.
2. Бауерсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логістика. — М.:ЗАО «Олімп-Бізнес», 2001. — 640с.
3. Бауерсокс Д.Д. Логістика:интегрированная цель поставок, М., 2001г., — 640 с.
4. Карич Д. Маркетинг на підприємствах АПК / Д. Карич Маркетинг на підприємствах АПК — К, 1994. — С. 16.
5. Косарева Т.В. Логістизація економіки АПК// «Економіка АПК». — №12 — 2003. — С. 23 — 24.
6. Козловский В.А., Козловская Э.А. Савруков Н.Г. Логистический менеджмент. — СПб.: Политехника, 1999. — 643 с.
7. Логистика. Учебное пособие. Под редакцией профессора Б.А. Аникина. — М.: ИНФРА-М, 1999. — С. 183 — 200.
8. Смирнов І. Г. Логістика: просторово — територіальний вимір: Моногр. — К.: Обрії, 2004. — 335 с.
9. Смирнов И. Г. ЕС: без логистики не выехать // Logistics. — 2007. — №6. — С. 28 — 30.
10. Уваров С.А., Козлов В.К. Функциональная интеграция маркетинга и логистики. — www.logistpro.ru
11. Федотов Л.И. Логистическая стратегия управления материальными ресурсами в странах с развитой рыночной экономикой // Риск. — 1994. №2 — с.27 — 29.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 657:421.3

Г.Г. Осадча

Національного університету
харчових технологій

ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ НА УТРИМАННЯ І ЕКСПЛУАТАЦІЮ УСТАТКУВАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДІВ ДИФЕРЕНЦІАЦІЇ ВИТРАТ

В статті проведені дослідження щодо удосконалення методичних підходів застосування методів диференціації витрат при їх плануванні та аналізі витрат на утримання і експлуатацію устаткування. Дані методичні підходи можуть мати практичне застосування при плануванні та аналізі операційних витрат.

Ключові слова: метод візуального пристосування, метод вищої–нижчої точки, метод найменших квадратів, методи диференціації витрат.

In the article the conducted researches, concerning to application of methodical approaches of differentiation at planning and analysis of costs on maintenance and exploitation of equipment. These methodical approaches can have practical application and analysis of operating costs.

Key words: Visual-Fit Method, High-Low Method, Least-Square Method, Methodical approaches of differentiation.

Успішний економічний розвиток промислових підприємств на сучасному етапі забезпечується впровадженням високих технологій, застосування яких вимагає технічного переоснащення і реконструкції діючих харчових підприємств та побудову нових підприємств. Зазвичай в структурі собівартості харчової продукції найбільшу питому вагу складають прямі матеріальні витрати. Капітальні інвестиції впливають на зміну структури собівартості матеріальних запасів, що застосовуються у процесі виробництва та зміни структури собівартості готової продукції в бік збільшення питомої ваги загальновиробничих витрат в тому числі складі витрат на утримання і експлуатацію устаткування. При цьому набуває актуальності подальший розвиток методичних підходів щодо обґрунтування планової величини цих витрат.

Планування є однією із функцій управління підприємством. В процесі планування застосовується облікова, нормативно-довідкова інформація тощо.

Дослідженням процесів планування, обліку, аналізу витрат і калькулювання собівартості продукції присвячені наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів: Голова С.Ф., Бутинця Ф.Ф., Заїнчковського А.О. Пушкаря М.С., Ткаченко Н.М., Чернелевського Л.М., Чумаченко М.Г., Друри К. Хорнгрена Ч.Т., Фостера Дж.

На сучасному етапі потребує розширення застосування в процесі планування комплексних статей витрат математичних методів обґрунтування їх величини на плановий період та побудови функції витрат.

Вітчизняними та зарубіжними науковими школами запропоновані методичні підходи до здійснення процесу планування операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства, які мають подальший розвиток з метою їх удосконалення.

Диференціація витрат — це не що інше, як поділ витрат [1, 2, 4].

Основними методами диференціації витрат з побудовою функції витрат є: *метод візуального пристосування (Visual — Fit Method); метод вищої–нижчої точки (High-Low Method); регресійний аналіз (Regression Analysis)*, що передбачає застосування *методу найменших квадратів (Least-Square Method); спрощений статистичний аналіз (Simplified Statistical Analysis)*.

© Г.Г. Осадча, 2011

Всі ці методи базуються на аналізі статистичних (або прогнозних) даних про величину фактора витрат та витрат за певні рівновеликі періоди.

Метою даних досліджень є удосконалення методичних підходів щодо планування витрат на утримання і експлуатацію устаткування на підприємствах харчової та переробної промисловості з застосуванням методів диференціації витрат.

Вивчення динаміки витрат уможливорює оцінювання витрат і побудову їх функції. **Оцінка витрат (Cost Estimation)** — це процес обчислення їх динаміки, тобто встановлення кількісного взаємозв'язку між витратами й різними факторами на підставі дослідження діяльності.[3 ст.].

Як відомо, **функція витрат (Cost Function)** — це математичний опис взаємозв'язку між витратами та їх факторами.

$$y = ax + e, \quad (1)$$

де y — функція витрат, грн.; a — змінні витрати на одиницю фактора витрат, грн.; e — постійні витрати, грн.; x — фактор витрат у натуральному вимірі, машино-години роботи обладнання (для загальновиробничих витрат).

Метод візуального пристосування (Visual-Fit Method) — являє собою графічний підхід до побудови функції витрат. Пряма лінія функції витрат визначається аналітиком шляхом візуального пристосування [3, 4].

Метод вищої-нижчої точки (High-Low Method) — функція витрат визначається на підставі припущення, що ставка змінних витрат на одиницю фактора витрат розраховується шляхом ділення різниці рівнів витрат на різницю їх фактора [3, 4].

Метод найменших квадратів (Least-Square Method) дає змогу розрахувати елементи функції витрат a і e так, що сума квадратів відстані від усіх точок сукупності, що вивчається, до лінії регресії є найменшою [3, 4, 5].

До комплексної статті калькуляції «Витрати на утримання і експлуатацію устаткування» включаються: витрати на утримання й експлуатацію виробничого обладнання, цехового транспорту та інструментів і приладів в складі основних виробничих засобів для підтримки об'єктів у робочому стані (технічний огляд, технічне обслуговування); витрати на ремонти (поточні, середні), що здійснюються для підтримання об'єкта в робочому стані; сума сплачених орендарем платежів за користування наданими в оперативний лізинг (оренду) основних засобів; витрати на внутрішньозаводське переміщення вантажів; амортизаційні відрахування від вартості виробничого обладнання, цехового транспорту та інструментів і приладів, інших необоротних матеріальних і нематеріальних активів тощо [6, 7].

Вихідними даними при складанні кошторису витрат на утримання і експлуатацію машин та обладнання є: плановий склад обладнання і транспортних засобів, який визначається, виходячи з норм використання і обсягу виробництва, що планується; нормативи витрат рушійної енергії за окремими видами обладнання і середньої ціни (собівартості) окремих видів енергії; норми витрат купованих матеріалів для експлуатації і ремонту обладнання, враховуючи запасні частини, мастильні та обтиральні матеріали; норми амортизаційних відрахувань; нормативи обслуговування та ремонту обладнання і транспортних засобів підсобними робітниками; розрахунок розподілу продукції (робіт, послуг) допоміжних цехів; розрахунки потреби в малоцінних і швидкозношуваних предметах та інструментах, їх зносу і витрат на ремонт та відновлення тощо.

Бухгалтерський облік витрат на утримання і експлуатацію машин та обладнання ведеться на рахунок №91 «Загальновиробничі витрати».

Діюча нормативна база щодо планування витрат на утримання і експлуатацію машин та обладнання, розроблена раніше, не передбачає застосування при плануванні та аналізі альтернативних методів диференціації витрат.

На умовному прикладі розглянемо побудову функції витрат, застосовуючи метод вищої-нижчої точки та метод найменших квадратів. Вихідні дані для побудови функції витрат наведені в табл. 1.

Таблиця 1. Вихідні дані для побудови функції витрат

Період	Час роботи обладнання, машино-годин (x)	Витрати на утримання і експлуатацію устаткування, грн. (y)
Січень	178	21477
Лютий	173	20370
Березень	185	20905
Квітень	170	20684
Травень	171	20063
Червень	168	19543
Липень	150	19046
Серпень	171	19334
Вересень	162	18245
Жовтень	177	20371
Листопад	158	19664
грудень	180	21132
Разом	2043	240834

Метод вищої-нижчої точки. Для побудови функції витрат необхідно знайти ставку змінних витрат на одну машино-годину роботи обладнання шляхом ділення різниці рівнів витрат при найвищому та найменшому завантаженні обладнання на різницю рівнів роботи обладнання, що наведено в таб. 2.

Таблиця 2. Показники для побудови функції витрат методом вищої-нижчої точки

Показник	Фактор витрат, машино-години	Витрати на обслуговування обладнання, грн.
Найвища точка фактора витрат	185	20905
Найменше значення фактора витрат	150	19046
Різниця	35	1859

Ставка змінних витрат на 1 машино-годину: 53,11 грн. ($1859/35 = 53,11$ грн).

Застосовуючи формулу (1) розрахуємо постійні витрати у найвищій та у найнижчій точці фактора витрат.

Постійні витрати: 11079,5грн. ($20905 - 53,11 \times 185 = 20905 - 9825,35 = 11079,5$ грн) або

Постійні витрати: 11079,5грн. ($19046 - 53,11 \times 150 = 19046 - 7966,5 = 11079,5$ грн)

Модель функції витрат побудована методом вищої-нижчої точки має вигляд:

$$y = 11079,5 + 53,11x \quad (2)$$

За наведеними вихідними даними побудуємо модель функції витрат **методом найменших квадратів**. При побудові функції цим методом використовуються всі дані про величину фактора витрат та величину витрат на утримання і експлуатацію обладнання.

Розглянемо два способи алгоритму розрахунку показників для побудови функції витрат.

Перший спосіб — з застосуванням середніх значень. В табл. 3 наведений алгоритм розрахунку показників для побудови функції витрат [4].

Ставка змінних витрат визначається за формулою (3).

$$a = \frac{\sum (x - \bar{x}) \times (y - \bar{y})}{\sum (x - \bar{x})^2} \quad (3)$$

Змінні витрати на 1 машино-годину, розраховані за формулою (3), склали 73,25грн., $a = \frac{77672,5}{1060,25} = 73,25$ грн.

Постійні витрати, розраховані за формулою (1), склали: 7598,6875грн. $(20069,5 - 73,25 \times 170,25 = 20069,5 - 12470,8125 = 7598,6875 \text{ грн.})$.

Таблиця 3. Алгоритм розрахунку показників для побудови функції витрат методом найменших квадратів з застосуванням середніх величин

Період	Час роботи обладнання, машиногодин (x)	Витрати на обслуговування обладнання, грн. (y)	$(x - \bar{x})$	$(y - \bar{y})$	$(x - \bar{x})^2$	$(x - \bar{x}) \times (y - \bar{y})$
Січень	178	21477	7,75	1407,5	60,0625	10908,125
Лютий	173	20370	2,75	300,5	7,5625	826,375
Березень	185	20905	14,75	835,5	217,5625	12323,625
Квітень	170	20684	-0,25	614,5	0,0625	-153,625
Травень	171	20063	0,75	-6,5	0,5625	-4,875
Червень	168	19543	-2,25	-526,5	5,0625	1184,625
Липень	150	19046	-20,25	-1023,5	410,0625	20725,875
Серпень	171	19334	0,75	-735,5	0,5625	-551,625
Вересень	162	18245	-8,25	-1824,5	68,0625	15052,125
Жовтень	177	20371	6,75	301,5	45,5625	2035,125
Листопад	158	19664	-12,25	-405,5	150,0625	4967,375
грудень	180	21132	9,75	1062,5	95,0625	10359,375
Разом	2043	240834	0,0	0,0	1060,25	77672,5
Середнє значення	170,25	20069,5	$\bar{x}$	$\bar{y}$	$\bar{x}$	$\bar{y}$

Модель функції витрат побудована методом найменших квадратів з застосуванням середніх величин має вигляд:

$$y = 7598,6875 + 73,25x \quad (4)$$

Другий спосіб — з розв'язанням системи рівнянь. В табл. 4 наведений алгоритм розрахунку показників для побудови функції витрат [3].

$$\sum y = a \sum x + n\epsilon \quad (5)$$

$$\sum xy = \epsilon \sum x + a \sum x^2 \quad (6)$$

де, y — загальні витрати; x — значення фактора витрат; a — змінні витрати на одиницю діяльності; ϵ — загальні постійні витрати; n — кількість спостережень.

$$240834 = 2043a + 12\epsilon \quad (7)$$

$$41079666 = 348885a + 2043\epsilon \quad (8)$$

Щоб розв'язати систему рівняння для a , помножимо перше рівняння системи на середнє значення $\bar{x}$.

$$41001988,5 = 347820,75a + 2046\epsilon \quad (9)$$

Таблиця 4. Алгоритм розрахунку показників для побудови функції витрат методом найменших квадратів з розв'язанням системи рівнянь

Період	Час роботи обладнання, машино-годин (x)	Витрати на обслуговування обладнання, грн. (y)	x^2	xy
Січень	178	21477	31684	3822906
Лютий	173	20370	29929	3524010
Березень	185	20905	34225	3867425
Квітень	170	20684	28900	3516280
Травень	171	20063	29241	3430773
Червень	168	19543	28224	3283224
Липень	150	19046	22500	2856900
Серпень	171	19334	29241	3306114
Вересень	162	18245	26244	2955690
Жовтень	177	20371	31329	3605667
Листопад	158	19664	24964	3106912
Грудень	180	21132	32400	3803760
Разом	2043	240834	348885	41079666
Середнє значення	170,25	x	x	x

Тепер вирахуємо рівняння (8) від рівняння (7), $77677,5 = 1064,25a$.

Розрахуємо змінні витрати на одиницю фактора витрат $a = \frac{77677,5}{1064,25} = 72,99$ грн.

Підставивши значення a у рівняння (1) розрахуємо постійні витрати. $240834 = 2043 \times 72,99 + 12b$, $b = \frac{240834 - 149171,12}{12} = \frac{91662,88}{12} = 7638,57$ грн.

Модель функції витрат побудована методом найменших квадратів з розв'язанням системи рівнянь має вигляд:

$$y = 7638,57 + 72,99x \quad (9)$$

В табл. 5 наведено порівняння побудованих функцій витрат із застосуванням різних методів диференціації витрат.

Таблиця 5. Моделі функції витрат за різних методів диференціації витрат

Методи диференціації витрат	Модель функції витрат
1. Метод вищої-нижчої точки	$y = 11079,5 + 53,11x$
2. Метод найменших квадратів:	
перший спосіб — з застосуванням середніх значень	$y = 7598,6875 + 73,25x$
другий спосіб — з розв'язанням системи рівнянь	$y = 7638,57 + 72,99x$

З даної ілюстрації видно, що є різниця між результатами розрахунків. Вона може виявитися важливою при прийнятті того чи іншого управлінського рішення залежно від об'єкту і мети аналізу. Тому при диференціації витрат на харчових виробництвах необхідно використовувати комплексні взаємопов'язані методи наукового планування та аналізу, перевіряючи один метод іншим.

Висновки. Представлені методи диференціації витрат можуть застосовуватися при планування та аналізі комплексних статей витрат (витрати на підготовку і освоєння

виробництва нових видів продукції, витрати на утримання і експлуатацію машин та обладнання, загальновиробничі витрати, адміністративні витрати, витрати на збут тощо) на підприємствах харчової промисловості, враховуючи сезонний характер виробництва. Таблична форма подання управлінської інформації, дозволить змінюючи значення даних вихідної функції наводити декілька альтернативних варіантів розрахунку показників з застосуванням інформаційних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апчерч. А. Управленческий учет: принципы и практика. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 952с.
2. Атамас П.Й. Управлінський облік. — К. 2006. — 439с.
3. Голов С.Ф. Управлінський облік. — К.: Літра, 2003. — 703с.
4. Давидович І.Є., Контролінг: Навчальний посібник. — К.: «Центр учбової літератури» 2008. — 548с.
5. Друри К. Управленческий и производственный учет. Учебник. — М.: ЮНИТИ. 2003. — 1071с.
6. Раденька Л.П., Овод Л.В. Управлінський облік: Навчальний посібник — К.: Видавничий центр «Академія», 2007 — 350с.
7. Чернелевський Л.М., Осадча Г.Г., Управлінський облік на підприємствах харчової промисловості: Навчальний посібник. — К.: «Пектораль», 2005. — 359 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 65.012.32:06.08

І.В. Ганза
Запорізький
національний університет

ФОРМУВАННЯ ПРИНЦИПІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Досліджено цілі, завдання, функції управління персоналом. Вивчено склад функціональних комплексів завдань та функцій управління персоналом підприємства. Запропоновано принципи, які характеризують вимоги до системи управління персоналом в сучасних умовах розвитку ринкових відносин.

Ключові слова: структурні підрозділи, управління персоналом, функції, принципи.

We explored objectives, tasks and functions of HR management. We investigated the composition of functional complexes of tasks and functions of HR management at the enterprise. We offered the principles that characterize the requirements for HR management system in modern conditions of market relations.

Key words: structural subdivisions, management, functions, principles, a personnel.

Менеджери структурних підрозділів підприємства беруть участь в діяльності по управлінню персоналом тому, що вони відповідають за ефективне використання всіх ресурсів, які є у їхньому розпорядженні, у тому числі і людських. І якщо вони використовують людські ресурси невірно, то ефективність їх роботи падає швидше, ніж у випадках з іншими ресурсами (матеріальними, фінансовими). Вкладення у людські ресурси на будь-якому підприємстві дають більший ефект, ніж у такі ресурси, як гроші, матеріальні та обладнання.

Ось чому менеджери структурних підрозділів повинні приділяти багато часу виконанню функцій з управління персоналом:

- розміщують працівників на відповідні робочі місця;
- стежать за навчанням співробітників, якістю та своєчасним виконанням робіт;
- зацікавлені у професійній відповідності працівників;
- залучають нових працівників;
- беруть участь у прийомі на роботу, просуванні по службі, звільненні з роботи;
- створюють умови для творчої співпраці;
- приймають рішення щодо проблем, які безпосередньо впливають на людей;
- контролюють трудові витрати;
- шукають шляхи запобігання майбутнім ускладненням;
- забезпечують мікроклімат у колективі;
- турбуються про здоров'я і фізичний стан працівників.

Функції по управлінню персоналом здійснюють:

- 1) керівники підприємства;
- 2) менеджери структурних підрозділів;
- 3) спеціалісти-менеджери по управлінню персоналом.

Для того, щоб підприємство ефективно працювало необхідно мати три вирішальних елементи:

- завдання і стратегію її виконання;
- організаційну структуру;
- систему управління персоналом.

Поточні зміни на підприємстві часто пов'язані зі змінами у персоналі, його ставленні до роботи. Функція управління персоналом полягає в тому, щоб вжити заходів у зв'язку з цими змінами і відповідно відреагувати на них.

Структура служби управління персоналом визначається характером і розмірами підприємства, особливостями виробничої діяльності. На малих і середніх підприємствах більшість функцій по управлінню персоналом виконують лінійні менеджери, а на великих створюються самостійні структурні підрозділи для виконання функцій по роботі з персоналом з підпорядкуванням їх керівнику організації або його заступнику по управлінню персоналом. Заступнику підпорядковані всі лінійні менеджери, які мають справу з людськими ресурсами.

У таблиці наведено склад комплексних завдань та шляхи їх функціонального вирішення. Виконувати завдання можуть різні підрозділи, що передбачається у положенні про підрозділ та посадових інструкціях працівників.

Склад підрозділів змінюється в залежності від розмірів підприємства. У малих підприємствах один підрозділ може вирішувати різні комплекси завдань, а у великих функції кожного комплексу виконує окремий підрозділ або працівник — спеціаліст по персоналу.

Таблиця. Склад функціональних комплексів завдань та функцій управління персоналом підприємства

№	Рішення завдань)	Рішення комплексу завдань (функції)
1	Планування, прогнозування персоналу	1. Визначення поточної і майбутньої потреби у персоналі 2. Розробка стратегій персоналу 3. Розробка особистого плану працівника 4. Розробка плану роботи з персоналом
2	Маркетинг персоналу	1. Аналіз кадрового потенціалу 2. Аналіз ринку праці 3. Організація реклами 4. Взаємозв'язки із зовнішніми джерелами забезпечення персоналом 5. Оцінка кандидатів на вакантну посаду 6. Оцінка якості роботи персоналу
3	Розвиток персоналу	1. Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу 2. Організація навчання на виробництві 3. Робота з резервом персоналу 4. Планування і контроль ділової кар'єри 5. Адаптація нових працівників
4	Аналіз і розвиток засобів мотивації праці	1. Нормування і тарифікація трудового процесу 2. Участь у розробці системи оплати праці 3. Використання засобів морального заохочення 4. Розробка форм участі в прибутках і капіталі 5. Використання трудової мотивації
5	Створення оптимальних умов праці	1. Додержання вимог санітарно-гігієнічних умов праці 2. Використання вимог психофізіології праці 3. Використання вимог ергономіки праці 4. Використання вимог технічної естетики 5. Використання вимог охорони праці і техніки безпеки 6. Використання вимог охорони навколишнього середовища
6	Оформлення та облік персоналу	1. Оформлення конкурсного відбору претендентів на посаду 2. Оформлення та облік приймання, звільнень та переміщень працівників 3. Інформаційне забезпечення всієї системи управління персоналом 4. Професійне орієнтування 5. Забезпечення зайнятості

№	Рішення завдань)	Рішення комплексу завдань (функції)
7	Аналіз та регулювання трудових відносин	1. Управління взаємовідносинами з профспілками 2. Соціально-психологічна діагностика колективу 3. Аналіз і регулювання групових і особистісних взаємовідносин 4. Аналіз і регулювання взаємовідносин керівників з підлеглими 5. Управління конфліктами і стресами 6. Додержання етичних норм взаємовідносин
8	Розробка організаційних структур управління	1. Аналіз діючої організаційної структури управління 2. Розробка проектів нової організаційної структури управління 3. Розробка штатного розпису 4. Розробка вимог до нових робочих місць і посад працівників
9	Надання юридичних послуг	1. Вирішення правових питань в трудових відносинах 2. Узгодження організаційно-розпорядчих документів по персоналу 3. Облік звернень працівників і громадян з кадрових питань 4. Облік документів комерційної і державної таємниці
10	Розвиток соціальної інфраструктури	1. Управління соціальними конфліктами і стресами 2. Управління житлово-побутовим обслуговуванням 3. Розвиток культури і фізичного виховання 4. Організація громадського харчування 5. Забезпечення медичного обслуговування та відпочинку 6. Забезпечення дитячими закладами 7. Організація продажу товарів працівникам 8. Соціальне страхування по безробіттю 9. Медичне страхування працівників

Принцип — це основне вихідне положення якоїсь теорії, вчення, науки і тощо. Пропонуємо характеристику та зміст принципів, які характеризують вимоги до системи управління персоналом за умов ринку, визначати наступним чином:

принцип відповідності функцій управління персоналом цілям виробництва полягає у тому, що функції управління персоналом формуються і змінюються не самі по собі, а у відповідності з потребами та цілями виробництва;

принцип оптимального співвідношення управлінських орієнтацій диктує необхідність випередження орієнтування функцій управління персоналом на розвиток виробництва у порівнянні з функціями на забезпечення функціонування виробництва;

принцип економічності передбачає найбільш ефективну та економічну організацію системи управління персоналом, зниження частки витрат на систему управління у загальних витратах на одиницю виробленої продукції, підвищення ефективності виробництва. Якщо після впровадження заходів по удосконаленню системи управління збільшились витрати на управління, то вони повинні перекриватись ефектом у виробничій системі, одержаним від їх здійснення;

принцип прогресивності передбачає відповідність системи управління персоналом передовим зарубіжним та вітчизняним аналогам;

принцип перспективності означає, що при формування системи управління персоналом треба врахувати перспективи розвитку підприємства;

принцип оперативності вимагає своєчасного прийняття рішень з удосконалення системи управління персоналом, з метою попередження або оперативного усунення відхилень;

принцип оптимальності визначає вибір найбільш оптимального варіанту пропозицій по формуванню системи управління персоналом;

принцип науковості вимагає, щоб розробка заходів по формуванню системи управління персоналом була заснована на досягненнях науки у галузі менеджменту та враховувала дію законів ринку, суспільного виробництва в ринкових умовах;

принцип узгодженості передбачає взаємодію між ланками ієрархічної вертикалі, а також між ланками системи управління персоналом по горизонталі на основі узгодження між ними при досягненні головних цілей підприємства;

принцип стійкості вимагає забезпечення стійкого функціонування системи управління персоналом за допомогою спеціальних «регуляторів», які при відхиленні від заданої цілі підприємства спонукає працівників до регулювання системи управління персоналом;

принцип прозорості вимагає, щоб система управління персоналом мала концептуальну єдність, а діяльність всіх підрозділів і менеджерів здійснювалась на однакових засадах, етапах, функціях;

принцип комфортності показує, що система управління персоналом повинна забезпечувати найкращі умови для творчої роботи працівників, усуваючи зайві роботи при виконанні конкретних функцій.

Визначені принципи дозволяють побудувати управління персоналом на підприємстві найкращим чином.

Висновки. Цілі управління персоналом будуть досягнуті тільки тоді, коли вище керівництво підприємства буде розглядати персонал як ключ до його ефективності. А досягнення найбільшої ефективності підприємства передбачає такі завдання:

- 1) розробку програми, досягнення цілей підприємства;
 - 2) ефективне використання знань, навичок та вмінь працівників;
 - 3) забезпечення організації висококваліфікованими і зацікавленими працівниками;
 - 4) прагнення до найбільш повного задоволення працівників своєю роботою, повного самовираження особистості;
 - 5) розвиток і підтримка на високому рівні якості життя, бажання працювати на даному підприємстві;
 - 6) допомога у формуванні та збереженні високого моральнопсихологічного клімату в колективі;
 - 7) розвиток взаємовигідних умов та інтересів працівників та підприємства.
- Ці завдання мають найбільше значення для управління персоналом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дафт Р.Л. Менеджмент. — СПб.: Питер, 2000. — 832 с.
2. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. — СПб.: Питер, 2000. — 512 с.
3. Колот А. М. Мотивация персонала: Підручник. — К.: КНЕУ, 2002. — 337 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 331.101.3

Д.Г. Грищенко
Національний університет
харчових технологій

НАПРЯМИ КАДРОВОГО МАРКЕТИНГУ

В даній статті розглянуто основні напрями кадрового маркетингу. Зроблено акцент на першочергові завдання у сфері роботи з персоналом підприємства, від рівня виконання яких залежить ефективність діяльності підприємства та його позиції на ринку.

Ключові слова: кадровий маркетинг, імідж підприємства, відбір та розвиток персоналу, дослідження ринку праці.

The article described the main HR marketing trends. The emphasis is on the priority tasks the level of which depends on the efficiency of the enterprise and its market position.

Key words: HR marketing, company image, staff selection and development, labour market research.

Протягом досить довгого часу фактору людських ресурсів на підприємствах та в організаціях, як в нашій країні, так і за кордоном, надавалась другорядна роль, яка була підпорядкована виробничим та фінансовим планам самого підприємства. Актуальною проблемою менеджменту сьогодення є активізація людського фактору для підвищення ефективності всього підприємства. Управління персоналом — багатогранний і виключно складний процес, який характеризується своїми специфічними особливостями і закономірностями.

Система управління — це упорядкована сукупність взаємозв'язаних елементів, які відрізняються функціональними цілями, діють автономно, але спрямовані на досягнення загальної мети [3].

Сьогодні відкриваються нові можливості застосування теорії маркетингу в інших областях науки. Для ефективного функціонування людських ресурсів та регулювання кон'юнктури попиту та пропозиції на ринку праці, необхідно інтегрувати засади загального маркетингу та кадрової політики в єдиний механізм ведення кадрової роботи. Саме такий механізм і є основою кадрового маркетингу, напрями якого розкриває дана стаття.

Метою даної статті є визначення основних напрямів кадрового маркетингу, використання та розвиток яких дає змогу підприємству мати більшу конкурентну перевагу на ринку.

Розглянемо детально елементи процесу управління кадрами з використанням маркетингового підходу. Основні напрями кадрового маркетингу за Е.Цандером подані на рис. [7, с.73]



Рис. Напрями кадрового маркетингу

© Д.Г. Грищенко, 2011

На нашу думку, дані напрями діяльності мають бути своєрідною основоположною базою для ведення кадрового маркетингу. У майбутньому ми передбачаємо розширення цього переліку. Таке припущення нам дозволяє зробити аналіз розвитку кадрового маркетингу, який з кожним етапом розвитку історії набував все нових функцій та завдань. Розглянемо детально кожен з напрямів кадрового маркетингу.

Дослідження ринку праці. На основі ґрунтовних досліджень ринку праці та прогнозу його розвитку, аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, формується комплекс людських ресурсів на підприємстві, визначається їх кількісний та якісний склад.

Кількісна потреба характеризується чисельністю працівників, які необхідні для виконання поставленого завдання за визначених умов праці. Під якісною потребою в персоналі мається на увазі спеціалізація, рівень кваліфікації, знань та вмінь працівників, для виконання поставлених завдань.

З врахуванням поточного стану розвитку підприємства та його довготривалих перспектив, можна виділити потребу в персоналі орієнтовану на заміщення вже існуючих, але вакантних місць та на заповнення нових посад. З врахуванням фактору часу варто визначати поточну (нагальну) потребу в персоналі та довготривалу (для забезпечення виконання стратегічних задач підприємства).

Нестача персоналу ставить під загрозу виконання задач, його надлишок спричиняє зайві збитки і ставить, таким чином, під загрозу існування самого підприємства [2, с. 44].

Визначення числа працівників, необхідного для виконання певних завдань та планів, ще не достатньо для формування персоналу організації. Необхідно чітко усвідомлювати працівники якої спеціалізації, кваліфікації, умінь та навичок потрібні підприємству.

Вербування кадрів. Створення на підприємстві ефективної системи пошуку та відбору працівників вимагає, щоб така система давала можливість гарантовано отримувати потрібні результати, тобто з високим ступенем ймовірності прогнозувати професійну успішність кандидатів, даючи можливість відбирати найбільш перспективних.

Представник німецької школи персонал-менеджменту Р. Юстен вважає: «Природно, що не кожна людина однаково придатна для виконання даного завдання, а тому кожне підприємство при кожному наймі отримує або ж економічну перевагу, або ж відчуває нестачу». Практики з цього приводу часто наводять правило Фауста: «прямі та опосередковані витрати на знаходження нового працівника лежать між 50 – 100 % річного доходу посади», прогножуючи цим вартість можливої помилки. «Кожен прийом працівника на роботу, — пише Г.Нессонов, — тягне за собою великі затрати для організації, помилки при наймі збільшують ці затрати в декілька разів» [1, с.56].

Вибір джерел для залучення претендентів на вакантні посади залежить в першу чергу від характеру самої вакансії, а також від фінансових можливостей підприємства та його досвіду в даній сфері

У сфері пошуку нових працівників для кожної компанії, організації існує дилема: шукати кандидатів всередині самої компанії чи ззовні. Як внутрішній так і зовнішній рекрутинг має свої переваги та недоліки, які наведено в табл.1. [4, с. 50 – 51].

У процесі відбору кандидатів можуть використовуватися як декілька окремих так і цілий комплекс методів, що в сукупності дають детальне всебічне вивчення претендента на вакантну посаду.

До методів відбору відносяться:

попередній аналіз інформації (резюме, анкети, заявні документи);
опитувальники, тести (на інтелект, професійні знання, здібності, загальний розвиток);

збір інформації про кандидата ззовні (перевірка рекомендацій, експертні оцінки);
співбесіда, інтерв'ю.

Таблиця 1. Плюси та мінуси внутрішнього та зовнішнього рекрутингу

	Внутрішній	Зовнішній
Основні переваги	Покращує моральний дух працівників, отримавших підвищення;	Приносить «свіжу кров» та нові ідеї в компанію;
	Підвищує зацікавленість в роботі працівників, які бачать можливість підвищення по службі.	Дає можливість роботодавцю побачити що відбувається поза компанією;
	Потребує менших затрат, ніж зовнішній рекрутинг;	Виступає як форма реклами для компанії;
	Дає можливість керівництву краще оцінити здібності власного персоналу	В деяких випадках є дешевшим ніж навчати та здійснювати перепідготовку вже існуючих працівників;
Недоліки	Визиває незадоволеність у працівників, які не отримали підвищення;	У нових працівників можуть виникнути труднощі при адаптації до культури та стилю управління організації;
	Створює нову вакансію, на місці працівника, який отримав підвищення;	Можуть виникнути проблеми психологічного характеру, оскільки працівники розуміють, що у них немає перспектив підвищення на посаді;
		Адаптація до нових умов може тривати довше ніж для представників власного персоналу;
		Продуктивність праці в перший час зазвичай є нижчою.

Аналізуючи таблицю, можна зробити висновок про те, що єдиного ідеального рішення не існує, у кожному конкретному випадку організація сама вирішує яким шляхом йти: набирати нових людей чи розвивати далі власний персонал.

Варто також пам'ятати про існування протиріч між цілями підприємства-роботодавця та претендентів на вакансії, що зображено у табл.2. [2, с. 81]

Таблиця 2. Конфлікти між цілями організації та кандидата

Цілі організації	Цілі кандидата
Знайти кваліфікованих працівників, враховуючи їх відмінні якості, пов'язані як з виробничим процесом, так і незалежні від нього.	Знайти кваліфіковане робоче місце виходячи з висунутих до нього вимог з точки зору структури трудових витрат.
Знайти людей, підходящих для посади.	Знайти підходящі для людини вакансії.
Можливість відмовитися від працівника.	Надійність робочого місця.
Велика кількість кандидатів.	Невелика конкуренція серед кандидатів.
Можливість ухилитися від невиправданих рішень при наймі.	Можливість уникнути невиправданої відмови при прийнятті рішення.
Рішення на рівні організації.	Відношення як з індивідуальністю.

Таким чином процес пошуку та відбору персоналу є складною багаторівневою системою.

Мотиваційна кадрова управлінська робота. Мотивація має вагоме значення для людини і є одним з основних понять, що використовується для пояснення рушійних сил її поведінки. Тому проблематика мотивації — одна з найактуальніших для керівників усіх рівнів, працівників кадрових служб, педагогів та представників багатьох інших спеціальностей. Вона лежить як в основі спонукання інших людей до виконання (або невиконання) певних дій, так і само мотивації, яка дає можливість досягти бажаних результатів в обраній діяльності.

Мотив являє собою сукупність внутрішніх спонукань людини до дії, її наміри, бажання. Стимул — це завжди зовнішнє спонукання по відношенню до людини. Якщо порівняти значення понять «стимул» і «мотив», то стає зрозуміло, що рушійною силою в поведінці людини є не стимули, а саме мотиви. Стимул, це зовнішній фактор, який повинен побудити мотив у людини, тобто внутрішнє переконання, бажання діяти. Сам по собі стимул немає ніякого впливу на людину, до тих пір, поки зовнішнє спонукання не перетвориться на внутрішнє переконання, а це можливо лише коли зовнішній стимул зустрічається з потребою людини. Стимули можуть бути двох типів: матеріальні та нематеріальні.

Складність проблеми мотивації праці полягає не в тому, що важко повною мірою урахувати всі мотиви трудової діяльності, а в тому, що у різних людей і структура потреб різна. До того ж із часом і за певних обставин потреби змінюються, що виразно виявляється саме в трудовій діяльності, особливо у зрілому віці.

Побудова ефективної системи мотивації має базуватися на моделі оптимуму мотивації та використанні елементів впливу як за покращення результатів так і за їх погіршення, або зменшення. Жодна ефективна взаємодія з людьми неможлива без урахування особливостей їхньої мотивації. За об'єктивно однаковими діями людей можуть стояти різні причини, їхня мотивація може бути абсолютно різною. Тому керівництву організації логічніше продумувати і планувати діяльність працівників не стільки в термінах стимулювання, скільки в термінах мотивування. У працівників слід породжувати мотиви, тобто грамотно опредметнювати їхні потреби, а не закидати різноманітними стимулами.

Імідж підприємства як надійного роботодавця. Власне, імідж підприємства як надійного роботодавця або іншими словами брендинг роботодавця (або HR-брендинг) включає в себе комплекс заходів та програм, ініціатив, направлених на покращення іміджу компанії як роботодавця.

Б. Мінчінгтон визначає **бренд роботодавця (employer brand)** як імідж організації як чудового місця для роботи з точки зору працівників і ключових зацікавлених осіб (активні та пасивні шукачі роботи, клієнти, покупці та інші). Дж. Салліван [6].

Поняття бренду роботодавця засноване на припущенні, що людський капітал надає цінність компанії. Воно підтримується теорією ресурсозалежності, запропонованою Дж. Барні в 1991 р., в якій говориться про те, що володіння рідкісними, цінними і незамінними ресурсами, які важко імітувати, створює конкурентну перевагу для компанії. Створюючи цінний бренд, роботодавець може отримати конкурентну перевагу [6].

Для побудови бренду роботодавця, підприємство повинно працювати в першу чергу зсередини, підтримуючи прозорість, відвертість та справедливість у відносинах між працівниками. Сартен і Шуманн вважають, що брендинг роботодавця може бути сильним інструментом бізнесу, в результаті чого, залучення працівників відбувається в більшій мірі за рахунок створених в них емоцій, переконань щодо компанії як хорошого роботодавця. У 2009 р. Сартен і Шуманн розширили своє бачення бренду роботодавця і включили в нього брендинг талантів. Він показує компанію як привабливе місце для роботи, щоб створити попит — магніт для талантів — щоб привабити, утримати та зайняти потрібних людей для потрібної роботи у потрібний час із потрібними результатами. У результаті компанія стає відомою не тільки через її продукцію, але і через її таланти [6].

Висновки. Західні компанії давно вважають, що персонал входить до ключової трійки факторів бізнесу разом з фінансами та інформаційними технологіями [5, с.120].

Доведено, що кадрове забезпечення підприємства потребує належної уваги як з боку служби HR так і з боку керівництва компанії. З'ясовано, що ефективний та конкурентний кадровий склад підприємства може бути сформованим лише на основі ґрунтовних досліджень ринку праці та внутрішньої ситуації на підприємстві відповідно до яких буде визначена адекватна потреба в кадрах.

Не менш важливим є застосування сучасних ефективних методів відбору персоналу, оскільки доведено, що кожен прийом на роботу несе певні затрати для підприємства, помилки ж збільшують ці затрати в декілька разів. Важливим аспектом при веденні кадрової політики є врахування мотиваційної складової, оскільки без внутрішнього мотиву робота працівника стає неефективною.

Доведеним є факт — кращі ідуть до кращих, тому так само, як людина створює собі репутацію, так і підприємство саме створює імідж як роботодавця.

Отже, підсумовуючи вище сказане, зазначимо, що впровадження напрямів кадрового маркетингу як цілісної системи в кадрову політику організації сприятиме підвищенню ефективності всієї організації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грищенко Д.Г. Альтернативні методи пошуку та селекції персоналу // Маркетинг, менеджмент, бізнес: сучасний стан та перспективи взаємодії. Збірник наукових праць. — Харків: ХІМБ, 2009. — 437с.
2. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: отбор и оценка при найме, аттестация. — М.: 2003
3. Крушельницька О.В. Управління персоналом [Електронний ресурс] // Бібліотека економіста// Режим доступу: <http://library.if.ua/book/45/3057.html>
4. Магура М.И. Поиск и отбор персонала. Настольная книга для предпринимателей, руководителей, специалистов кадровых служб и менеджеров. — 3-изд. перераб. и доп. — М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2003, — 303с.
5. Могильник Г. Оценка эффективности проведенного обучения // Кадровик України. — 2007 — №4(04). — С. 120 — 124
6. Немеш М. Про імідж роботодавця [Електронний ресурс] // блог керівника компанії Graduate Recruitment Services Україна// Режим доступу : <http://www.employerbranding.com.ua/theory/1/>
7. Цандер Е. Менеджмент малих і середніх підприємств / Пер. з нім. О. Гусак. — К.: Основи, 1997. — 317с.

L4Di@yandex.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 338.5

Г.Ф. Ємцева
Національний університет
харчових технологій

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ХЛІБОПЕКАРНОЇ ГАЛУЗІ

Ціна на продукцію повинна визначатися після детального аналізу, який враховував би не тільки попит споживачів, ціни конкурентів та фактичні витрати на виробництво, але і ринкову поведінку підприємства, його мету. Залежно від поставленої мети будується політика ціноутворення. Формування цінової політики є одним із головних чинників, який суттєво впливає на присутність підприємства на ринку.

Ключові слова: Ціна, цінова політика, ціноутворення, ціноутворюючі чинники.

The price on products should be determined after a detailed analysis that should take into consideration not only the demand of the consumer, competitors' price and factual expenses on the production but also market behavior of the enterprise and its aims. Depending on the goal that was set the pricing is formed. The pricing policy formation is one of the major components that influences significantly on an enterprise's attendance on the market.

Key words: price, pricing policy, pricing formation, pricing formation factors

При формуванні цін на продукцію підприємств харчової промисловості необхідно враховувати особливості ціноутворення, які визначаються роллю цієї галузі в житті країни і суспільства. На ціноутворення в харчовій промисловості впливають такі чинники, як: виробник, споживач, держава та імпортери продовольства. Вивченню впливу цих суб'єктів на діяльність та формування цін підприємств харчової промисловості присвятили свої праці такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як: А. Наумчик, О. Варченко, Б. Пасхавер, Г. Черевко, О. Лівійський, В. Котляренко та інші. Так, О. Варченко спирається на питання державного та ринкового регулювання продовольчої безпеки через регулювання цін та ціноутворення на підприємствах харчової промисловості. Б. Пасхавер також приділяє значну увагу питанням продовольчої безпеки, ціновій ситуації та ціновій політиці в агросфері, ціновій конкуренції на продукти харчування. Разом з тим, практично залишаються недослідженими питання, що стосуються особливостей ціноутворення на підприємствах харчової промисловості.

Хлібопекарська галузь — одна з провідних галузей харчової промисловості України, призначенням якої є безперебійне забезпечення виробництва хліба, хлібобулочних та інших борошняних виробів у обсягах, які відповідають нормам державної продовольчої безпеки. Мета статті: вивчення особливостей ціноутворення на підприємствах харчової промисловості, зокрема на підприємствах хлібопекарної галузі, та визначення інтенсивності впливу цих особливостей на формування цін.

Ціна, як грошовий вираз вартості та кількості грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару на товарному ринку, відіграє центральну роль в системі ринкового механізму і є об'єктивною економічною категорією, яка функціонує тільки на основі економічних законів. В будь-якому суспільстві ціна відображає діючу модель управління економікою.

Визначення цін на підприємстві залежить від особливостей діяльності підприємств. Основними з них на підприємствах харчової промисловості є: соціальний характер продукції галузі; масштаб державного регулювання; залежність цін на продукцію харчової промисловості від витрат та цін постачальників сировини; інтенсивність конкуренції на продукти харчування на світовому та національному ринках. Соціальний характер харчової

промисловості пояснюється значним впливом рівня цін на забезпечення життєдіяльності населення, а саме: забезпечує здоров'я нації та соціально-економічну безпеку країни; гарантує продовольчу безпеку країни [2]; впливає на фізичний та психічний стан людей, від чого змінюється рівень соціального, політичного та економічного спокою в державі [4]. Найбільш соціально важливими галузями харчової промисловості є хлібопекарська, м'ясна, молокопереробна. При визначенні цін на продукцію соціально важливих галузей харчової промисловості доцільно враховувати рівень доходів населення. Оскільки держава підтримує соціально незахищені категорії населення через регуляторну цінову політику, для підприємств харчової промисловості, основною особливістю, що має враховуватися у встановленні цін, є державне регулювання. Держава обмежує рівень рентабельності, тобто здійснюється регулювання складових ціни [7], а також встановлює мінімальні чи максимальні ціни на деякі продукти харчування. Враховуючи, що підприємства харчової промисловості є сировинними та матеріаломісткими і кінцева ціна на виріб залежить від ціни сировини і матеріалів, особливістю ціноутворення є залежність підприємств харчової промисловості від постачальника сировини, яким найчастіше виступають підприємства агропромислового комплексу. Загалом на підприємствах харчової промисловості вартість сировини становить 80 – 90 % ціни виробу. У зв'язку з цим кінцева ціна на виріб залежить від ціни сировини і матеріалів, які виробляє агропромисловий комплекс. Також важливе значення при визначенні ціни має рівень конкуренції, тобто сформована ціна на підприємствах харчової промисловості має відповідати кон'юктурі ринку.

Ціноутворення на підприємствах хлібопекарської промисловості — це процес обґрунтування цін, визначення їх структури та рівня. Процес ціноутворення орієнтується на відповідну цінову політику підприємства. У хлібопекарському виробництві цінова політика може мати різні наслідки щодо формування результатів діяльності. Тому, здійснюючи цінову політику, підприємству необхідно обґрунтовувати управлінські рішення, виходячи з фінансових наслідків підвищення або зниження цін.

Цінова політика інтенсивно формує грошові потоки, що надходять на підприємство через обсяги реалізованої продукції і рівень ціни. Тому ціна: це інструмент, який врівноважує попит і пропозицію; здійснює суттєвий вплив на дохід підприємства від продажу товарів; визначає фінансову стійкість підприємства і його здатність йти на фінансовий ризик; виступає фінансовим важелем підприємства в його діяльності на конкурентному ринку.

Внаслідок історичних, економічних, природнокліматичних умов і національних та побутових традицій населення України звикло споживати порівняно велику кількість хліба і хлібобулочних виробів.

Відповідно до офіційної статистики, динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні має стійку тенденцію до спаду виробництва хліба.

Для визначення оптимальної політики ціноутворення на хліб та хлібобулочні вироби розглянемо ситуацію, що склалась на ринку хліба та хлібопродуктів України.

Так, у 2009 році було вироблено 1,83 млн. тонн хліба та хлібобулочних виробів проти 2,46 млн. тонн у 2000 році, що на 26 відсотків менше. При цьому слід врахувати, що спеціалізованими підприємствами щорічно виробляється до 2 млн. тонн хліба та хлібобулочних виробів, а значна частина хліба та хлібобулочних виробів виробляється малими підприємствами, які працюють на єдиному фіксованому податку та не звітують перед статистичними органами про кількість виробленої продукції. У сільській місцевості, а в останні роки і в містах, частина населення випікає хліб в домашніх умовах.

За 2009 рік виробництво хліба на 1 особу склало лише 37,9 кілограм, що менше 40 відсотків від норми споживання (101 кг), затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України від 14 квітня 2000 року № 656 «Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних і демографічних груп населення».

Таблиця. Динаміка обсягів виробництва хліба та хлібобулочних виробів в Україні

Роки	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Виробництво хліба по Україні, млн. тон	6,7	2,46	2,45	2,36	2,33	2,31	2,26	2,16	2,03	1,98	1,83
Виробництво на 1 особу, кг/рік	128,4	50,6	50,5	49,5	51,9	48,8	48,2	46,1	43,7	42,8	37,9

Як видно, порівняно із 1990 роком у 2009 році обсяги виробництва зменшилися майже у 3,7 рази та більше ніж у 3,4 рази скоротилось виробництво хліба та хлібобулочних виробів на душу населення. Причинами такого становища стало стрімке підвищення цін на хлібобулочні вироби на початку 90-х років, що призвело до скорочення витрат хліба на годівлю тваринам. Зниження покупної спроможності населення залишає хліб одним із соціально важливих продуктів харчування.

Тому виробництво хліба і його ціна в кожному регіоні і в національному господарстві в цілому є важливими соціальними і політичними факторами, які підлягають помірному контролю і регулюванню в системі ринкового механізму. Підприємства хлібопекарської промисловості у своїй цінovій політиці вирішують проблему, пов'язану з наявністю державного регулювання ціноутворюючих факторів на продукцію хлібопекарського виробництва.

Дослідження показало, що для хлібопекарського виробництва формування цін — складний процес. Це пов'язано з тим, що ціноутворюючі фактори достатньо динамічні, піддаються впливу інших факторів і вимагають першочергово управлінського втручання з боку підприємств.

Постановка задач ціноутворення формує основу стратегії ціноутворення. Залежно від одержаних результатів проведеного аналізу ціноутворюючих факторів та обраного методу ціноутворення, який ґрунтується на обсягах ринку, ринкових перевагах, поведінці конкурентів, встановлюється остаточна ціна на товар. Для успішного економічного розвитку виробництва кожне хлібопекарське підприємство повинно розробляти свою цінovu політику.

Для здійснення ефективної господарської діяльності підприємствам хлібопекарської галузі необхідно враховувати не тільки її соціальне значення, а й те, що цінova політика повинна базуватися не тільки на кон'юнктурі ринку, а й на критеріях державного регулювання цін на хліб.

Сучасна форма цінovого регулювання в Україні направлена на захист інтересів окремих соціальних груп, основою діючої методики якого є жорстке нормування окремих співвідношень у межах цінovої структури (матеріальних витрат, рентабельності). Зважаючи на те, що ціна на хліб є важливим соціальним фактором і підлягає регулюванню, необхідно удосконалювати методику регулювання, щоб першочергово уникнути проблем, пов'язаних із збитковістю виробництва традиційних видів хлібопродуктів та ускладненням функціонування внутрішньогосподарського механізму хлібопекарських підприємств в ринковому середовищі. Таким чином, якщо здійснюється державне регулювання цін, воно має охоплювати весь ланцюг сировина → виробництво → реалізація.

В супереч усталеним поглядам на статичний стан ринку хлібобулочних виробів він знаходиться в постійному русі і змінюється не лише за розміром, а на ньому відбуваються постійні структурні зрушення. Структурні зміни при виробництві хліба викликаються здебільшого цінами на основну сировину хлібопекарського виробництва — борошно, тому важко передбачити на перспективу, які саме сорти хліба стануть більш доступними за ціною для громадян України.

За даними Держкомстату індекс споживчих цін на хліб за 10 місяців 2010 року становив 109,5 відсотка при індексі споживчих цін на продукти харчування та безалкогольні напої за цей період 109,4 відсотка.

За даними Держцінінспекції, станом на 30 листопада 2010 року, порівняно з початком року, роздрібні ціни на сорти хліба масового вжитку у підприємствах торгівлі зросли на:

хліб з борошна І сорту — на 4,4 відсотка (з 3,44 до 3,59 грн. за 1 кг);
хліб житньо-пшеничний — на 4,7 відсотка (з 3,38 до 3,54 грн. за 1 кг);
хліб з борошна вищого сорту (батон) — на 5,7 відсотка (з 4,19 до 4,43 грн. за 1 кг). За цей період оптово-відпускні ціни на зазначені сорти хліба зросли в межах 4,5 – 5,8 відсотка, тобто зростання роздрібних цін відбулося за рахунок зростання цін виробників, що було обумовлено, в основному, подорожчанням борошна.

Оскільки виробництво хліба та хлібобулочних виробів відноситься до матеріалоемного виробництва найбільший вплив на ціну готової продукції здійснюють ціни на матеріальні ресурси. Аналіз структури собівартості хліба та хлібобулочних виробів свідчить, що найбільшу частку, а саме: 37 – 45 відсотків, в залежності від сорту хліба, становить вартість борошна. У зв'язку з цим рівень собівартості виробництва хліба і, відповідно, ціни на нього в основному визначають ціни на борошно.

За період з початку року ціни на борошно, яке надходило на базові хлібопекарські підприємства, зросли:

на пшеничне вищого сорту — на 14,9 % (з 2010 до 2310 грн./тонну);
на пшеничне першого сорту — на 13,0 % (з 1840 до 2080 грн./тонну);
на пшеничне другого сорту — на 12,4 % (з 1610 до 1810 грн./тонну);
на житнє обдирне — на 16,7 % (з 1500 до 1750 грн./тонну).

Вибираючи політику ціноутворення підприємства галузі стикаються із численними обмеженнями, які повинні враховуватися ними, це: законодавство, наявні виробничі потужності, ринкові ціни, економічна кон'юнктура, витрати.

Потужності спеціалізованих підприємств по виробництву хліба та хлібобулочних виробів здатні щоденно забезпечити виробництво близько 400 г хлібобулочних виробів (відповідно до норм споживання) в розрахунку на одного жителя країни і мають можливість повністю забезпечити потреби населення в цій продукції, проте використовуються лише на 30 – 35 відсотків (крім м. Києва та окремих обласних хлібокомбінатів).

Разом з тим, значна частина матеріально-технічної бази спеціалізованих хлібопекарських підприємств морально застаріла та фізично зношена (зношеність основного технологічного обладнання складає 60 – 80 відсотків).

Зростання витрат на сировину, матеріали та енергоресурси, брак оборотних коштів не дає змоги оновлювати матеріальну базу підприємств сучасним прогресивним устаткуванням та впроваджувати сучасні технології (виробництво заморожених напівфабрикатів, напіввипеченої продукції, її вакуумування, нарізання та пакування готових виробів і т.д.).

За даними об'єднання «Укрхлібпром», середній рівень рентабельності хліба та хлібобулочних виробів за 2009 рік становив 3,1 відсотка проти 1,4 відсотка у попередньому, 2008 році.

Крім наведених особливостей визначення політики ціноутворення, хліб та хлібобулочні вироби характеризуються іще й дуже обмеженими термінами зберігання продукції та частотою придбання. Традиційно українці споживають свіжий хліб. Технології, що використовуються в Україні при виробництві хліба та хлібобулочних виробів, передбачають терміни зберігання 48 годин. Терміни реалізації виробленої продукції — 24 години для хліба та булочних виробів — 8 годин.

Побудова політики ціноутворення та визначення ринкової поведінки підприємств хлібопекарської галузі мають будуватись на пріоритеті потреб споживача і відповідати основним вимогам ринку: випуск продукції високої якості за помірними цінами.

Втручання держави в політику ціноутворення на продукцію хлібопекарських підприємств стало причиною втрати прибутковості підприємств малої потужності, які працювали в райцентрах та невеличких містах. Економія на масштабах виробництва дозволяє, при обмежені рівня цін, відчувати себе конкурентоспроможними лише великим підприємствам або таким, які випускають продукцію, орієнтовану на

споживача із середнім та високим рівнем доходів. Продукція елітної групи може реалізовуватись по місцю дії міні-пекарні або ж в супермаркетах. Співпраця ж великих підприємств із каналами розповсюдження товару дозволяє реалізовувати хлібобулочні вироби в місцях масового придбання хлібу, на значних відстанях від місця виробництва за ціною нижчою, ніж та, яка формується на невеликих підприємствах, і за рахунок цього напрацьовувати прибуток масовістю виробництва та продаж. Таким чином, диверсифікація діяльності або спеціалізація виробництва визначають обсяги пропозиції, ринкову поведінку підприємств та його цінову політику.

Висновки. Розглядаючи особливості ціноутворення на підприємствах хлібопекарної галузі можна зробити висновки, що кожне підприємство галузі зіштовхується з визначеними особливостями ціноутворення, які з певною інтенсивністю впливають на прогнозовану ціну. Процес ціноутворення можна охарактеризувати як формування та встановлення ціни або визначення рівня ціни та можливих варіантів її зміни як у короткостроковому періоді так і у перспективі з урахуванням факторів, що на нього впливають: витрат, попиту і пропозиції.

Як і кожний з економічних процесів, що здійснюється суб'єктами господарювання, процес ціноутворення має певну цільову спрямованість. В більшості випадків основна ціль процесу ціноутворення — це є його спрямованість на досягнення максимальних економічних інтересів продавця як суб'єкта господарювання. В той же час це не означає, що процес ціноутворення не враховує економічних інтересів покупця — він лише підкреслює, що ефективна реалізація економічних інтересів продавця можлива лише за умови, що ці інтереси збалансовані з економічними інтересами покупця.

ЛІТЕРАТУРА.

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. — СПб: Издательство «Питер», 1999. — 416 с. — (Серия «Теория и практика менеджмента»).
2. Варченко О. К вопросу соединения государственного и рыночного регулирования продовольственной безопасности / О. Варченко // Экономика Украины. — 2004. — № 7. — с. 53 – 59.
3. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник. — Київ: Лібра, 2002. — 712 с.
4. Пасхавер Б. Продовольственный аспект преодоления бедности / Б. Пасхавер // Экономика Украины. — 2004. — №10. — с. 71 – 76.
5. Рынок хлеба и хлебобулочных изделий. Мониторинговый отчет. AIPiance Capital Management. К. — 2010. Marketing.Net.Ua.
6. Статистичний щорічник України за 2009 р. За ред.Осауленка О.Г. — К.: Консультант, 2010. — 566 с.
7. Черевко Г.В. Держава і ринок/ Г.В. Черевко, П.С. Березівський — Л.: Українські технології, 1998. — 116 с.
8. Чудовиков А.Д. Цены и ценообразование: Учебн. — М.: Изд-во РДЛ, 2004. — 376 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 659.1

Л.В. Капінус

Національний університет
харчових технологій

ТЕОРЕТИКО-ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ: ЇЇ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

На основі наукової логіки узагальнено і систематизовано переваги і недоліки інтернет-реклами. В межах даного дослідження визначено рівні проведення рекламної кампанії в Інтернеті, а також встановлено можливі схеми розміщення рекламних модулів на інтернет-ресурсах.

Ключові слова: інтернет-реклама, переваги інтернет-реклами, недоліки інтернет-реклами, рівні реклами в Інтернеті.

On the basis of scientific logic generalized and advantages and lacks of Internet-advertising are systematized. Within the limits of this research certainly even lead-throughs of publicity campaign in the Internet, and also the possible charts of placing of the publicity modules are set on internet-resources.

Key words: internet-advertising, advantages of internet-advertising, lacks of internet-advertising, even advertisings is in the Internet.

Інтернет як могутній засіб масової інформації світового масштабу є перспективною сферою для рекламної діяльності. На сьогодні інтернет-реклама дуже швидко розвивається і вважається важливим комунікаційним інструментом ведення сучасного бізнесу. Необхідною умовою успішного розвитку реклами в мережі Інтернет є вивчення теоретико-практичних основ інтернет-реклами, в тому числі її сильних та слабких сторін.

Проблемами пошуку переваг і недоліків реклами в мережі Інтернет займаються багато сучасних вчених. Серед них: В. Алексунін, І. Литовченко, В. Пилипчук, В. Родигіга, А. Романов, О. Феофанов, А. Юрасов та ін. Дослідження, проведені цими авторами, заслуговують на ретельне вивчення, але деякі аспекти потребують подальшого розвитку та конкретизації.

В сучасних умовах інтернет-реклама є одним із самих ефективних способів привернення уваги покупців. Збільшення лояльності клієнтів та залучення нових споживачів можливе лише при правильному використанні позитивних сторін інтернет-реклами, а також врахуванні негативних сторін, які можуть перешкоджати успішному розвитку рекламної кампанії в Мережі. Тому метою наукової статті є наукове узагальнення переваг і недоліків інтернет-реклами з урахуванням сучасних тенденцій розвитку рекламної діяльності. Відповідно до мети визначено і вирішено наступні теоретико-практичні завдання: на основі аналізу теоретичних положень визначено рівні проведення рекламної кампанії в Інтернеті, що дає можливість визначити оптимальні схеми розміщення рекламних модулів в Мережі, крім того, узагальнено і систематизовано переваги і недоліки інтернет-реклами з метою поглиблення теоретичних знань з управління рекламною діяльністю в мережі Інтернет та підвищення ефективності використання інтернет-ресурсів.

Інтернет-реклама є досить гнучким та необхідним інструментом маркетингової комунікаційної політики, який дозволяє ефективно вирішувати широкий спектр задач для будь-якого бізнесу: стимулювання продажів, підтримка іміджу підприємства, розвиток бренду тощо. Це новий, високотехнологічний та інтелектуальний комунікаційний засіб електронного маркетингу.

Слід відмітити, що інтернет-реклама, як і будь-який вид реклами, має свої переваги та недоліки. Знання особливостей створення та розміщення реклами в Мережі дозволяють забезпечити максимальну ефективність інтернет-реклами.

Сучасний рівень розвитку Інтернет дає можливість створити презентацію будь-якого товару (послуги) на тому рівні, який є недосяжним для іншого ЗМІ. Теоретично

© Л.В. Капінус, 2011

і на сторінках газет та журналів, і по телебаченню можна показати товар з найкращої сторони та надати про нього максимум інформації, але витрати на ефірний час та друковані шпальти будуть значно великими. Тому найважливішою перевагою інтернет-реклами є порівняно низькі витрати на створення та розміщення рекламних повідомлень, висока оперативність передачі інформації, мультимедійність інтернет-реклами та великий обсяг рекламної та загальної інформації про товар (послугу).

Досить сильною стороною інтернет-реклами є її інтерактивність, тобто можливість не лише адресувати рекламне повідомлення необхідній цільовій групі, але й бачити в режимі реального часу реакцію на дане повідомлення. Крім того, сучасні комп'ютерні технології мають змогу управляти реакцією користувачів, змінюючи рекламне повідомлення для досягнення максимального ефекту. Діалог та візуалізація контакту клієнта з рекламодавцем в режимі реального часу дозволяє вирішувати різноманітні питання в організації бізнесу.

Важливо відмітити, що прослідковується зростання інтернет-аудиторії, є можливість збільшення клієнтської бази. Так, наприклад, кількість українських користувачів Інтернету за 2010 рік зросла на 3 млн. чол., і на січень 2011 року становила 11, 3 млн. чол. Згідно з даними дослідження, 88% усіх користувачів використовують Мережу щодня, 10% — кілька разів на тиждень, 1% — один раз на тиждень і 1% — кілька разів на місяць. Майже 90% онлайн-аудиторії мають доступ до Інтернету вдома, 40% — на роботі, 12,6% — у друзів або родичів, 7,7% — у місцях навчання, 7,3% — користуються послугами інтернет-кафе та клубів [2]. Відповідно, зростає і аудиторія інтернет-реклами. Слід враховувати, що інтернет-користувачі мають освіту і доходи вище середніх, що є досить вигідним моментом для рекламодавця.

Великим плюсом є можливість вибору виду реклами в Інтернеті: банерна, контекстна, медійна, через пошукову автоматизацію сайту, пресс-реліз, соціальні мережі, блоги тощо. Крім того, є можливість передачі та отримання інформації цілодобово в зручному для людей місці (в офісі, вдома, в авто) при підключенні до Мережі.

Вважається, що інтернет-реклама характеризується відсутністю нав'язливості. Вона не на стільки дратує людей, як реклама на телебаченні та радіо.

Серед переваг реклами в Інтернеті можна виділити доступність та простоту роботи в Мережі. Умови швидкого поширення інформації та економія часу через автоматизацію роблять Інтернет досить ефективним видом електронної реклами. Крім того, відсутність географічних кордонів означає, що коло клієнтів не обмежується тим місцезнаходженням, де фізично розміщений бізнес рекламодавця. Такі можливості допомагають розширити сфери впливу рекламодавця та ринок як від місцевого, так і до національного та міжнародного без великих витрат.

Ще однією з сильних сторін інтернет-реклами є таргетинг. Інтернет має унікальну можливість проводити рекламні кампанії лише для тієї аудиторії, яка цікавить рекламодавця: показ реклами на відповідних тематичних сайтах та користувачам із відповідних регіонів (географічний таргетинг). Крім того, таргетування має змогу обмежувати час показу банера, надати рекламне звернення відповідному типу користувачів, створити контекстний показ реклами під ключові слова в пошукових системах, налагодити показ банерів, що надає рекламній кампанії певний сюжет, обмежити кількість показів одного банеру кожному користувачеві.

Встановлено, що таргетинг можна проводити на основі заповнення анкет. Анкетні дані дозволяють фокусувати рекламу за наступними характеристиками:

соціально-демографічні (стать, вік, освіта, службовий стан, сфера діяльності, рівень доходів тощо);

сфера інтересів;

можливості роботи в Інтернеті (наявність Інтернету вдома, на місці роботи (навчання), тип підключення, інтенсивність роботи в мережі) [1, с. 56].

До позитивних сторін можна віднести: зростання іміджу товару (підприємства) при умові розміщення реклами на якісному сайті; спрощений процес управління та

організації реклами в Інтернет; високий рівень цитування інформації в офф-лайн-середовищі; ведення оперативного, чіткого і глибокого аналізу рекламних заходів; висока ступінь запам'ятовуваності бренду, що рекламується через інтернет-ресурси; довгостроковість рекламної кампанії; можливість проведення маркетингових досліджень відповідно до поставленої мети; зростання обсягів продажів.

Важливою особливістю інтернет-реклами і, на погляд автора, перевагою, є те, що досліджуваний вид електронної реклами має дворівневий характер. Першим рівнем є зовнішня реклама, що розміщена рекламодавцем для залучення клієнтів на свій сайт на інших інтернет-ресурсах. Другий рівень — розміщення реклами та додаткової інформації про товар (послугу) на сайті рекламодавця. Варто відмітити, що лише розміщення реклами на двох рівнях та правильний вибір інтернет-ресурсів визначає успішність та ефективність проведення рекламної кампанії (рис.).



Рис. Рівні проведення рекламної кампанії в Інтернеті

Джерело: узагальнено автором

Серед великої кількості переваг інтернет-реклами вітчизняні фахівці з реклами виділяють певні недоліки. За результатами досліджень встановлено, що їх перелік значно менший в порівнянні з перевагами. Один з недоліків — низька ступінь довіри користувачів. Це пов'язано з можливістю легкого розміщення в Інтернет будь-якого роду інформацію, навіть свідомо недостовірну.

Крім того, не достатньо великий обсяг аудиторії; слабкий розвиток інтернет-ресурсів деяких вузькоспеціалізованих галузей; відсутність достатньої кількості професійних кадрів на ринку інтернет-реклами; ймовірність низької грамотності створення рекламних повідомлень; низька якість сайту, де розміщена об'ява; велика конкуренція; поганий зв'язок в мережі — це ті найважливіші недоліки, які негативно впливають на успіх рекламного звернення.

На основі проведених досліджень з метою створення науково-теоретичного підґрунтя для подальшого розвитку інтернет-реклами, пропонується класифікація переваг і недоліків інтернет-реклами залежно від її сприйняття рекламодавцями та споживачами.

Узагальнення переваг і недоліків інтернет-реклами залежно від її сприйняття рекламодавцями показано в табл. 1.

Узагальнення переваг і недоліків інтернет-реклами залежно від її сприйняття користувачами Мережі наведено в табл. 2.

Таблиця 1. Переваги і недоліки інтернет-реклами залежно від її сприйняття рекламодавцями

Переваги інтернет-реклами	Недоліки інтернет-реклами
1. Можливість максимального таргетування (фокусування) рекламного звернення на цільову аудиторію.	1. Невеликий обсяг аудиторії, хоча є перспективи зростання.
2. Висока оперативність передачі інформації та управління рекламною кампанією.	2. Слабкий розвиток інтернет-ресурсів деяких вузькоспеціалізованих галузей.

Переваги інтернет-реклами	Недоліки інтернет-реклами
3. Невисока вартість розміщення реклами в порівнянні з іншими видами реклами (1000 контактів $\approx$ \$ 5 – 10). 4. Можливість візуалізації контакту зі споживачем. 5. Інтерактивність і мультимедійність інтернет-реклами. 6. Можливість рекламодавця працювати з будь-якого комп'ютера. 7. Постійно зростаюча клієнтська база. 8. Необмежена географія ринку. 9. Економія часу через автоматизацію. 10. Наявність великої кількості рекламної та загальної інформації про товар (послугу). 11. Високий рівень цитування інформації в офф-лайн-середовищі. 12. Можливість ведення оперативного, чіткого і глибокого аналізу рекламних заходів. 13. Довгостроковість рекламної кампанії. 14. Висока запам'ятовуваність бренду споживачами. 15. Довіра споживачів. 16. Спрощений процес управління е-рекламою. 17. Можливість вибору виду реклами в Інтернеті. 18. Можливість проведення маркетингових досліджень відповідно до поставленої мети. 19. Покращення іміджу товару (підприємства) через розміщення реклами на якісному сайті. 20. Зростання кількості реалізованої продукції за рахунок інтернет-реклами.	3. Відсутність достатньої кількості професійних кадрів на ринку інтернет-реклами. 4. Не досконала грамотність при створенні рекламного повідомлення. 5. Можливість низької якості сайту, де розміщена інформація. 6. Велика конкуренція. 7. Поганий зв'язок в Мережі.

Джерело: узагальнено автором на основі джерел [4; 5; 6]

Таблиця 2. Переваги і недоліки інтернет-реклами залежно від її сприйняття споживачами

Переваги інтернет-реклами	Недоліки інтернет-реклами
1. Необмежена географія ринку. 2. Можливість візуалізації контакту з рекламодавцем. 3. Мультимедійність та інтерактивність реклами. 4. Можливість отримувати інформацію з будь-якого комп'ютера. 5. Висока оперативність передачі інформації. 6. Необмеженість обсягу рекламної та загальної інформації про товар (послугу).	1. Відсутність підключення до мережі Інтернет. 2. Поганий зв'язок та низька швидкість передачі інформації в Інтернеті. 3. Відсутність у людей більш старшого віку бажання користуватися Мережею. 4. Розгляд рекламних об'яв як спаму. 5. Штучне підвищення статистичної кількості відвідувань інтернет-ресурсів. 6. Можливість здійснення шахрайства в Мережі. 7. Невисокий рівень нав'язливості реклами.

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

Висновки. У науковій статті на основі проведених досліджень здійснено теоретичне узагальнення переваг і недоліків інтернет-реклами, яку визнано одним із перспективних засобів маркетингових комунікацій. До позитивних сторін віднесено рівні проведення рекламної кампанії в Мережі, поєднання яких дозволяє підвищити ефективність реклами в інтернет-просторі. Крім того, розроблено класифікацію переваг і недоліків інтернет-реклами в залежності від її сприйняття рекламодавцями та потенційними клієнтами, що допомагає зміцнити теоретичне підґрунтя ефективного управління рекламною діяльністю в Мережі з метою успішного проведення рекламної кампанії в інтернет-середовищі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Алексунин В. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете / В. Алексунин, В. Родигига. Ї М.: Дашков и К., 2005. — 216 с.
2. За 2010 рік українська інтернет-аудиторія зростала. : [Електронний ресурс] // Портал новин. — Режим доступу до порталу: <http://news.if.ua/news/12321.html>
3. Литовченко І. Інтернет-маркетинг: [навч. посіб.] / І. Литовченко, В. Пилипчук. Ї К. : Центр учбової літератури, 2008. — 184 с.
4. Романов А. Реклама. Интернет-реклама: [учеб. пособие] / А. Романов. Ї М. : Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права, 2003. — 168 с.
5. Феофанов О. Реклама: новые технологии в России / О. Феофанов. — СПб. : Питер, 2000. — 384 с.
6. Юрасов А. Электронная коммерция [учеб. пособие] / А. Юрасов. Ї М. : Дело, 2003. — 480 с.

lores@gala.net

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК: 658.821:664

Л.М. Минко
Національний університет
харчових технологій

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто існуючі методики оцінки конкурентоспроможності підприємств та визначено їх переваги та недоліки відповідно до використання у сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги, конкуренція, підприємство.

The existent methodical going is considered near the estimation of competitiveness of enterprises and their advantages and defects are certain in accordance with the use in the modern terms of menage.

Key words: competitiveness, competitive edges, competition, enterprise

Конкурентоспроможність є однією з найважливіших категорій ринкової економіки. Оцінку конкурентоспроможності необхідно проводити в процесі всебічного та постійного аналізу діяльності підприємства, враховуючи вплив таких ендегенних факторів як: технічні, технологічні можливості підприємства, а також фактори, що носять екзогенний характер: умови на ринку сировини, енергоносіїв, рівень конкуренції в ринковому сегменті діяльності підприємства, а також різного роду політичні, географічні, соціальні та інші чинники впливу.

В залежності від організаційно-правової форми та розміру підприємства, галузевої приналежності ці фактори впливу змінюються. Саме багатогранність складових, що формують конкурентоспроможність підприємства і пояснює певну неоднозначність при визначенні як самого поняття конкурентоспроможності так і при виборі методів її оцінки. Значний внесок у дослідження проблем конкурентоспроможності підприємств здійснили такі відомі зарубіжні та вітчизняні вчені, як С.Л. Брю, Т.В. Дядик, Ю.Б.Іванов, Ю.В. Масюк, Пасхавер Б. М. Портер, Н.П.Резнік, О.В. Романів, П. Самуельсон, Р.А. Фатхутдінов, Й. Шумпетер, та інші. При цьому в науковій літературі можна зустріти різні, часто взаємно протилежні методики оцінки конкурентоспроможності.

Метою даної статті є аналіз існуючих методик оцінки конкурентоспроможності підприємства та виявлення їхніх переваг та недоліків.

На сьогоднішній день не існує єдиної методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, оскільки базові параметри оцінки змінюються в залежності: 1) від сутності об'єкта оцінки: біологічний, технічний, соціально-економічний; 2) масштабності аналізу: на місцевому, регіональному, національному чи світовому (глобальному) ринку; 3) можливості об'єкта конкурувати на ринку як в поточний період часу, так і в майбутньому.

Оцінка конкурентоспроможності конкретного підприємства передбачає: визначення кола підприємств-конкурентів, формування системи оціночних показників, обробку інформації та отримання узагальнюючої оцінки стану конкурентоспроможності. Оскільки конкурентоспроможність є поняттям відносним, тому конкурентоспроможність підприємства можна розглядати тільки серед групи підприємств, які належать до однієї галузі або випускають товари-субституту [5].

Оскільки можна назвати безліч ознак, які притаманні тому чи іншому об'єкту, тож і система чинників для проведення оцінки конкурентоспроможності також безмежна. Головним критерієм при виборі чинників є цілі, для яких необхідна ця оцінка, © Л.М. Минко, 2011

наприклад: визначення позиції підприємства порівняно з конкурентами, залучення інвестицій, визначення питомої ваги продукції на ринку збуту, розширення діяльності, оцінки вартості бізнесу і т. ін.

При формуванні системи оціночних показників для визначення конкурентоспроможності підприємства можуть використовуватися як кількісні, так і якісні показники, що стосуються виробничої, фінансової, комерційної та організаційно-управлінської діяльності.

Аналізуючи наукову літературу, можна виділити близько 20 методів оцінки конкурентоспроможності підприємства, що базуються на різних концептуальних засадах: аналіз конкуренції в галузі, стратегічний аналіз макрооточення, інтегральний, індексний, контрольного листа, оцінки по конкурентоспроможності товару, матриця Бостонської консалтингової групи, матриця «Мак-Кінзі — Дженерал Електрик», на основі рейтингових оцінок, на основі аналізу фінансових результатів та ін. З метою систематизації існуючих методів можна виділити п'ять основних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємства: оцінка конкурентоспроможності підприємства за конкурентоспроможністю товару; аналіз конкуренції; експертні методи; інтегральні методи; на основі аналізу фінансових результатів.

Поширеним методом оцінки конкурентоспроможності підприємства є визначення його ринкової частки — відношення обсягу реалізованої певної продукції об'єкта дослідження до загального обсягу реалізації даної продукції в цілому по ринку. Але цей метод не враховує ситуації, коли підприємство, яке займає меншу частку ринку, загалом може бути більш конкурентоспроможним, якщо воно орієнтується не на весь ринок продукції, а на окремий його найуспішніший сегмент.

Фатхутдінов Р. А. [6] пропонує оцінювати конкурентоспроможність підприємства на основі обліку вагомості товарів та ринків за допомогою такої формули:

$$K_{cx} = a_i \times b_j \times K_{ij}, \quad (1)$$

де K_{cx} — показник конкурентоспроможності підприємства; a_i — питома вага i -тої продукції підприємства в обсязі продажу за період, що аналізується, яка визначається за формулою:

$$a_i = V_i / V \quad (2)$$

де V_i — обсяг продажу i -тої продукції підприємства за період, що аналізується; V — загальний обсяг продажу продукції підприємства за цей же період; b_j — показник значимості ринку, на якому реалізується продукція підприємства.

Для промислово розвинених країн (США, Японія, країни Євросоюзу, Канада) значимість ринку дорівнює 1, для решти країн — 0.7, для внутрішнього ринку — 0,5 [2].

K_{ij} — значення конкурентоспроможності i -того товару на j -тому ринку. Даний показник розраховується за формулою:

$$K_{ji} = (E_i / E_{к.з.}) \times K_1 \times K_2 \times \dots \times K_n \quad (3)$$

де E_i — ефективність i -того товару на конкретному ринку; $E_{к.з.}$ — ефективність кращого зразка, який реалізується конкурентом на даному ринку; $K_1, K_2, \dots, K_n$ — коригуючі коефіцієнти, які враховують конкурентні переваги.

Але дана методика призначена для оцінки лише окремих аспектів конкурентоспроможності підприємств, і не дає можливості повноцінно оцінити конкурентоспроможність підприємства, яка залежить від набагато більшої кількості взаємопов'язаних між собою чинників.

Більш широке коло складових конкурентоспроможності підприємства пропонується в праці І. О. Оберемчук [4]:

$$K_n = \sqrt[8]{0,22\Pi_1 \times 0,14\Pi_2 \times 0,10\Pi_3 \times 0,19\Pi_4 \times 0,14\Pi_5 \times 0,07\Pi_6 \times 0,04\Pi_7 \times 0,10\Pi_8} \quad (4)$$

де Π_1 — конкурентоспроможність продукції; Π_2 — фінансовий стан підприємства; Π_3 — ефективність збуту і просування товарів; Π_4 — ефективність виробництва; Π_5 — конкурентний потенціал; Π_6 — екологічність виробництва; Π_7 — соціальна ефективність; Π_8 — імідж підприємства.

Водночас, не зважаючи на значну кількість складових, надати чітку оцінку конкурентоспроможності за цією формулою дуже важко, оскільки в ній одночасно використовуються як показники, що характеризують конкурентоспроможність підприємства, так і показники, які є похідними від перших; крім того, деякі з показників встановлюються на основі доволі відносних експертних оцінок.

Методика визначення рівня життєздатності дає можливість оперативно визначати фінансовий стан підприємства, який є важливим показником економічної діяльності підприємства, характеризує його ділову активність і надійність, потенціал у діловому партнерстві. Методика включає розрахунок коефіцієнта життєздатності та застосування шкали визначення рівня життєздатності (табл.) [2].

Таблиця. Шкала визначення рівня життєздатності підприємств промисловості

Значення коефіцієнта життєздатності	Рівень життєздатності
5,0 і вище	високий
4,99 – 4,16	середній
4,15 – 2,26	низький
2,25 і нижче	дуже низький

Економіко-математична модель визначення рівня життєздатності для підприємств має такий вигляд:

$$K_{\text{ж}} = 1,0K_{\text{пл}} + 2,5K_{\text{а.л.}} + 2,86K_{\text{м.в.к}} + 2,0K_{\text{м.в.пр.}} + 3,33K_{\text{р.пр.}} \quad (5)$$

де $K_{\text{ж}}$ — коефіцієнт поточної ліквідності; $K_{\text{а.л.}}$ — коефіцієнт абсолютної ліквідності; $K_{\text{м.в.к.}}$ — коефіцієнт маневреності власних коштів; $K_{\text{м.в.пр.}}$ — коефіцієнт майна виробничого призначення; $K_{\text{р.пр.}}$ — коефіцієнт рентабельності продажу продукції.

Разом із тим, оцінка фінансового стану підприємства хоч і є досить важливою характеристикою, але водночас недостатньою для висвітлення всіх аспектів конкурентоспроможності підприємства.

В науковому середовищі також існує думка, що визначення конкурентоспроможності підприємства має значення в першу чергу для самого підприємства, яке ранжує усі види виробленої продукції за ступенем впливу на рівень рентабельності продажу продукції. Тоді задача визначення конкурентоспроможності підприємства зводиться до оптимізації асортименту продукції при обмеженнях за ресурсами та часом, оскільки не можна підвищити конкурентні позиції всіх виробів одразу. При цьому використовується формула:

$$\text{ЧД} = \frac{\Pi + \text{FC}}{1 - \beta} \quad (6)$$

де ЧД — чистий дохід; Π — прибуток; FC — постійні витрати; β — питома вага валових змінних витрат в чистому доході.

За даною методикою можна визначити критичний обсяг реалізації продукції, але якщо підприємство випускає різномірну продукцію — співвідношення обсягів кожного з видів дана формула не дає. Крім того, дати загальну оцінку конкурентоспроможності підприємства, спираючись тільки на значення критичного обсягу продукції, що реалізується, для сучасних ринкових вимог неможливо.

При дослідженні конкурентоспроможності підприємств з диференційованою за напрямками діяльністю найчастіше застосовують матричні методи, сутність яких полягає в розрахунку кількісного значення інтегрального рейтингового показника конкурентоспроможності окремого підприємства або в графічному зображенні його конкурентної позиції в матриці конкурентоспроможності за певними параметрами.

Один з найпоширеніших матричних методів — метод балів, що передбачає такі етапи [1]:

1. Формування матриці вихідних оціночних показників, до складу якої входять m ключових показників конкурентоспроможності для n об'єктів. Кожен i -й показник ($1 < i < m$) на j -му об'єкті ($1 < j < n$) задається величиною відповідного коефіцієнта K_{ij} , у результаті одержуємо матрицю «X» рядки якої характеризують аспекти конкурентоспроможності об'єкта за m різними показниками:

$$X = \begin{bmatrix} K_{11} & K_{12} & K_{13} & K_{18} \\ K_{21} & K_{22} & K_{23} & K_{28} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ K_{m1} & K_{m2} & K_{m3} & K_{mn} \end{bmatrix} \quad (7)$$

2. Ранжування оціночних показників за ступенем вагомості. Результатом цього етапу є побудова деякого вектора $(k_1 \dots k_2 \dots k_m)$, де k_1 — коефіцієнт вагомості кожного показника. У вітчизняній аналітичній практиці вагомість показників прийнято визначати експертним шляхом із урахуванням уявлення про важливість того чи іншого показника саме для оцінювання конкурентоспроможності об'єкта.

3. Побудова вектора, що складається з максимальних значень за кожним з m показників. Цей вектор становить додатковий рядок чисел $(K_{\max})$ показників підприємства-еталона, де

$$K_{\max} = \max K_j (1 \leq i \leq n) \quad (8)$$

4. Складання нормалізованої матриці X шляхом стандартизації показників вихідної матриці K_{ij} відносно відповідного показника еталонного підприємства за формулою:

$$K_{ij} = \frac{K_{ij}}{K_{\max}} \quad (9)$$

Слід зазначити, що стандартизація дає змогу уникнути неявного ранжування показників, коли мала варіація окремого показника може вплинути на результати оцінювання.

5. Розрахунок балів, отриманих підприємствами за певним оціночним показником, шляхом порівняння їх фактичних значень із найкращими в даній сукупності:

$$B_{ij} = K_{ij} B_{\max i} \quad (10)$$

де $B_{\max i}$ — максимально встановлений бал оцінювання окремого показника.

6. Отримання узагальненої бальної оцінки конкурентоспроможності та ранжування підприємств у порядку зростання інтегрального показника за допомогою формули:

$$K_{\text{сnpj}} = \sum_{j=1}^n B_{ij} \times k_i \quad (11)$$

Застосування цього методу дає змогу не тільки визначити основних конкурентів та місце в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється (за критерієм макси-

муму набраних балів), а й кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства.

Дана методика передбачає використання чотирьох ключових чинників: маркетингового, виробничого, фінансового й кадрового, що є основною перевагою її над розглянутими вище, оскільки аналізує різні аспекти діяльності підприємства, таким чином наближуючи оцінку конкурентоспроможності до дійсно існуючої. Основним недоліком цього методу є надзвичайно великий і деталізований обсяг інформації, який необхідно зібрати щодо найбільш вагомих конкурентів об'єкта оцінки, що в умовах ринкової економіки, коли діє поняття «комерційної таємниці» дуже складно.

Серед зарубіжних авторів поширена думка, що для фірм конкурентоспроможність означає можливість конкурувати на світовому ринку при наявності глобальної стратегії [3]. Більшість експертів традиційно вважають конкурентоспроможність експортованої продукції найважливішим фактором для оцінки конкурентоспроможності в цілому, оскільки така продукція повинна відповідати міжнародним стандартам, технічним, екологічним та іншим вимогам світового ринку.

Зарубіжні вчені для оцінки конкурентоспроможності найчастіше використовують індекс відносної експортної конкурентоспроможності (Relative Export Advantage Index — RXA), індекс відносної залежності від імпорту (Relative Import Penetration Index — RMP) та індекс відносних торговельних переваг (Relative Trade Advantage Index — RTA) [7].

Індекс відносної експортної конкурентоспроможності розраховують за формулою:

$$RXA_{ij} = (X_{ij} / \sum_{l, l \neq j} X_{il}) / (\sum_{k, k \neq i} X_{kj} / \sum_{k, k \neq j} \sum_{l, l \neq j} X_{kl}) \quad (12)$$

де X — експорт; i та k — види товарів; j та l — країни.

Індекс RXA визначають як відношення частки країни у світовому експорті певного товару до її частки у світовому експорті всіх інших товарів. Специфічною рисою цього показника є те, що світовий експорт товару завжди визначають як суму експорту всіх країн, крім тієї, що досліджується. Аналогічно, із суми світового експорту інших товарів виключають експорт того товару, що є предметом дослідження. Це дає змогу уникнути подвійного рахунку, коли експорт країни (товару) є й чисельником, і складовою знаменника. Такий підхід особливо доречний, якщо країна має істотну частку у світовій торгівлі або досліджуваний товар становить значну частку світового експорту.

Якщо значення індексу RXA є більшим від 1, то країна має порівняльні конкурентні переваги щодо експорту товару, який розглядається, якщо меншим від 1, то це вказує на конкурентні невигоди.

Індекс відносної залежності від імпорту RMP є дуже подібним до індексу RXA, з тією лише різницею, що в даному випадку до уваги беруть імпорт:

$$RMP_{ij} = (M_{ij} / \sum_{l, l \neq j} M_{il}) / (\sum_{k, k \neq i} \sum_{l, l \neq j} M_{kl}) \quad (13)$$

де M — імпорт; i та k — види товарів; j та l — країни.

Якщо значення індексу RMP більше 1, то залежність від імпорту висока (мають місце конкурентні невигоди), якщо меншу 1, то залежність від імпорту низька (спостерігаються порівняльні конкурентні переваги).

При розрахунку індексу відносних торговельних переваг RTA до уваги одночасно беруть показники експорту та імпорту певного товару:

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij} \quad (14)$$

де RTA_{ij} — індекс відносних торговельних переваг i -го товару j -ї країни; RXA_{ij} — індекс відносної експортної конкурентоспроможності i -го товару в j -й країні; RMP_{ij} — індекс відносної залежності від імпорту i -го товару в j -й країні.

Позитивне значення цього показника вказує на відносні конкурентні переваги даного товару в зовнішній торгівлі, а від'ємне — на відносні конкурентні невігоди.

Дана методика дає змогу здійснювати поточну оцінку конкурентоспроможності продукції (підприємства, країни) на міжнародних ринках [8].

Висновки. В сучасних умовах економіки України, коли з кожним днем зростає тиск конкуренції як на внутрішньому так і на міжнародному ринках, постійно виникають нові вимоги відповідності стандартам якості, посилюється боротьба за ресурси, нагальною потребою стає постійний моніторинг рівня конкурентоспроможності підприємств. Проведений огляд існуючих методів оцінки конкурентоспроможності виявив певні переваги та недоліки кожного з них, що дає можливість з'ясувати: для вітчизняних підприємств найбільш актуальними є застосування матричних та інтегральних методів, які дають можливість враховувати різнобічні чинники впливу на рівень конкурентоспроможності, можуть бути адаптовані до різних обсягів виробництва, широкого асортименту продукції, диверсифікації напрямів діяльності тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч. посіб. / Н.С. Краснокутська. — К.: Центр навчальної літератури, 2005. — 352 с.
2. Мартиненко В. П. Стратегія життєздатності промислових підприємств : Монографія. — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 328 с.
3. Портер, Майкл Е. Конкуренция [перев. с англ.] / Майкл Е Портер. — М.: ООО «И. Д. Вильямс», 2010. — 592 с.
4. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства. — К.: МАУП, 2000. — 128 с.
5. Петрович Й.М. Економіка підприємства / Й.М. Петрович. — Львів: Новий світ, 2004. — 455 с.
6. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації: підруч. / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. — К.: «Кондор», 2009. — 470 с.
7. Balassa B. Trade liberalization and Reveal Comparative Advantage // Manchester School of Economic and Social Studies. — 1965. — Vol. 33. — P.99 – 123;
8. Hinlopen J., Marrewijk C. On the Empirical Distribution of the Balassa Index // W.P. Erasmus University Rotterdam. — 2000. — P. 79.

lnminko@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 659.4

*Н.М. Солом'янюк,
Ю.В. Молдаховська
Національний університет
харчових технологій*

АДАПТАЦІЙНА СИСТЕМА ІНТЕГРОВаних МАРКЕТИНГОВИх КОМУНІКАЦІЙ (АС ІМК)

Розглянуто основи формування гнучкої структури маркетингових комунікацій, розкрито поняття адаптаційної системи інтегрованих маркетингових комунікацій, як механізму взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем та споживачами.

Ключові слова: маркетингові комунікації, інтеграція, адаптація, адаптаційна система.

The article are considered concept of forming of a flexible structure of marketing communications. The notion of adapted system of integrated marketing communications is discovered and described like as a living mechanism of interaction between the enterprise and it's environment and consumers.

Key words: marketing communications, integration, adaptation, adaptive system.

Розробка ефективного комплексу маркетингових комунікацій дає змогу підприємству налагоджувати інформаційні зв'язки зі споживачем, отримувати емоційну та практичну оцінку своєї діяльності, впливати на зміну частки ринку.

Нестабільність зовнішнього середовища, потреб, цінностей та інтересів споживачів вимагають від підприємств впровадження досконалих та гнучких комунікаційних систем.

Особливої актуальності набуває розробка системи маркетингових комунікацій на ринку B2C, оскільки кінцевий споживач є об'єктом інформаційної атаки досить великої кількості підприємств та компаній. Такі тенденції вимагають від підприємств впровадження налагоджених під їх специфіку діяльності адаптаційних систем ІМК, які дозволяють поєднувати стратегію підприємства, стратегію комунікацій та реакції споживачів. АС ІМК, які мінімально зорієнтовано на задоволення потреб споживача, побудовано на принципах «емпатії»¹, що дає змогу отримати вдоволеного, вдячного, відданого споживача.

В економічній теорії маркетингові комунікації розглядаються в основному, лише як сукупність інструментів, що можуть бути використані в загальному маркетинговому комплексі підприємства, однак даний підхід є недостатньо ефективним.

Підвищення ефективності інтегрованих маркетингових комунікацій досягається шляхом реалізації на основі принципів гнучкості та мобільності. Впровадження адаптаційної системи ІМК дає змогу отримати енергетичний ефект ІМК.

Адаптація — це процес пристосування до зміни умов зовнішнього середовища. [1] В маркетингових комунікаціях цей процес передбачає зміну параметрів цільової аудиторії, і/або можливого повідомлення, і/або каналів передачі інформації і т.д.

Адаптаційна система (АС) інтегрованих маркетингових комунікацій — це сукупність методів та механізмів управління напрямками, швидкістю, змістом та каналами інформаційних потоків.

Комплекс інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) передбачає поєднання інструментів та каналів комунікацій, які дозволяють донести до споживача інформаційне повідомлення, яке базується на місії, філософії, цінностях і тактиці підприємства.

¹Емпатія (від грец. Empatheia — співпереживання) — здатність поставити себе на місце іншої людини або тварини, здатність до співпереживання [2] Також, під емпатією мають на увазі здатність дуже точно відчувати емоційний стан людини, не бачачи її.

Побудова та функціонування АС ІМК відбувається по двох основних напрямках (рис. 1):

- 1-й — побудова комплексу ІМК;
- 2-й — розробка адаптаційної системи.

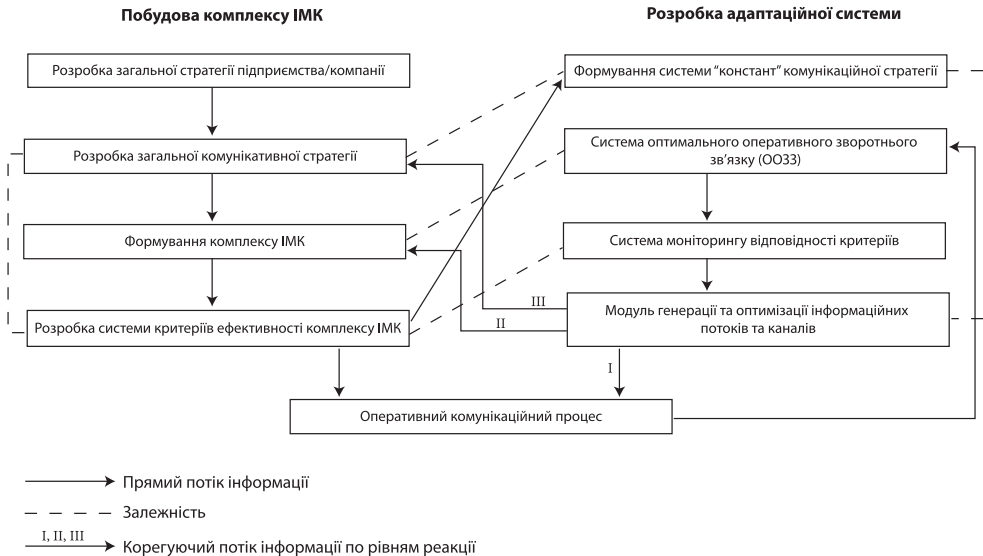


Рис. 1. Функціональна структура адаптаційної системи інтегрованих маркетингових комунікацій

Як видно з рис. 1, процес побудови та функціонування АС ІМК передбачає ряд послідовних, паралельних та взаємозв'язаних операцій (кроків).

Загальна стратегія підприємства визначає його місію, тактику, філософію і цінності, які інтегруються в загальну комунікативну стратегію.

Загальна комунікативна стратегія в свою чергу формує комплекс ІМК, визначає критерії його ефективності і «константи», тобто елементи комунікаційного процесу, які не можуть бути змінені за жодних обставин і змін зовнішнього середовища. Константами можуть бути як окремі канали комунікацій, повідомлення так і критерії їх ефективності.

Комплекс ІМК передбачає наявність каналів зворотного зв'язку, які можуть бути доповнені відповідно до запитів системи оптимального зворотного зв'язку (ОЗЗ), яка базується на інформації, необхідній для системи моніторингу.

Система моніторингу відслідковує фактичні показники (критерії ефективності) ІМК до нормативно розроблених.

У разі невідповідності, критерії ефективності — модуль генерації та оптимізації, аналізують зміни, що відбулися в зовнішньому середовищі, і вносить корективи, які здійснює АС. розрізняють три рівні, в залежності від типу змін зовнішнього середовища та їх впливу на ефективно діючий комплекс ІМК.

Рівні реакції адаптаційної системи ІМК:

I. «рефлекс» — миттєва короткострокова реакція в межах одного з каналів існуючого комплексу ІМК.

II. «баланс» — перерозподіл інформації по каналах існуючого комплексу рокування і т.д.

III. «перебудова» — зміна логіки комплексу ІМК (передбачає зміну структури, стратегії комплексу, змісту ключового повідомлення, фокус-аудиторії і т.д.)

Інформація в систему ООЗЗ потрапляє в ході операційного (поточного) комунікаційного процесу.

Детальна блок-схема реалізації ІМК зображена на рис 2.

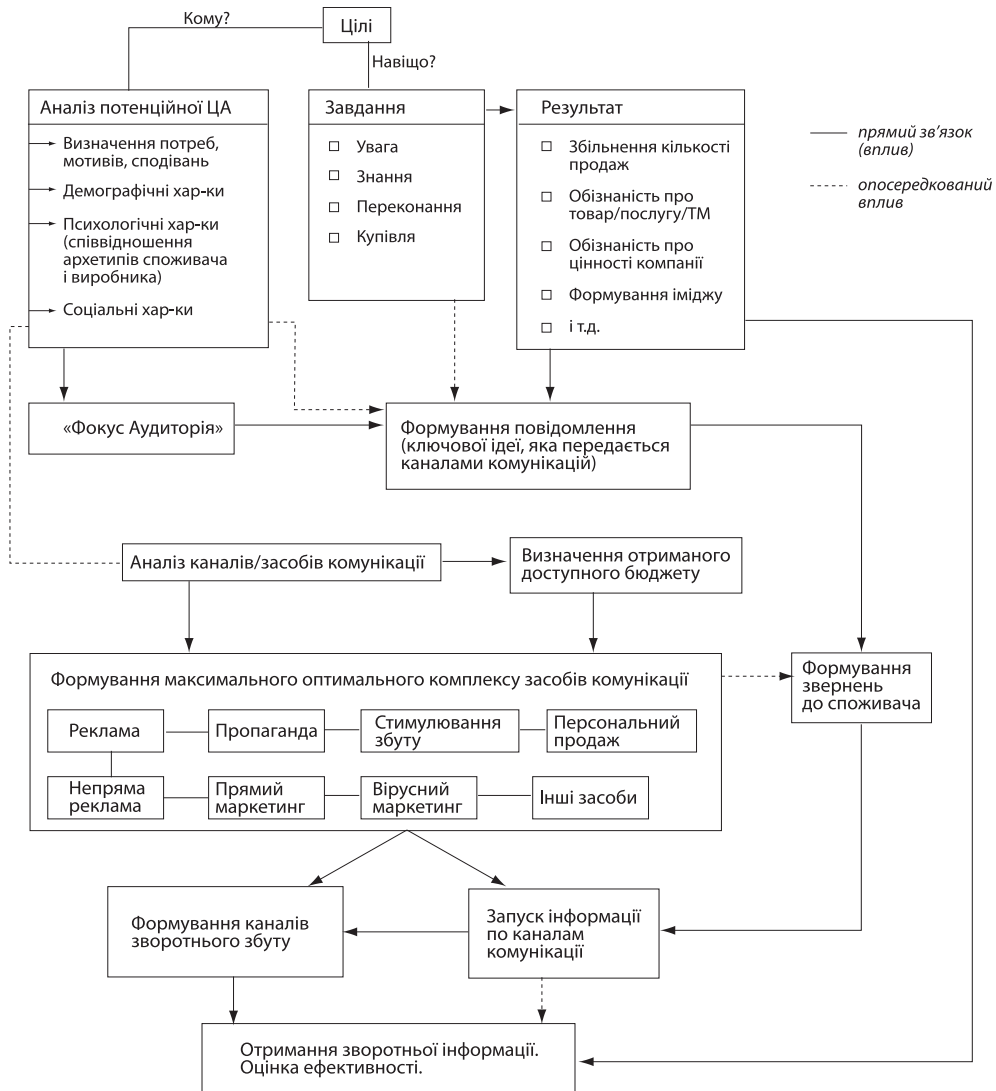


Рис. 2 Блок-схема реалізації ІМК та її взаємозв'язок з поведінкою споживача

Вихідним етапом формування комплексу ІМК є встановлення його завдань, які визначають очікуваний кінцевий результат підприємства в підсумку реалізації комунікаційного процесу. Чіткі та конкретні завдання забезпечують контроль їх виконання та можливість корегування в умовах впливу факторів оточуючого середовища.

Визначення завдань інтегрованої маркетингової комунікації потребує дослідження наступних складових [3, с.139]:

ринок: місткість, концентрація споживачів, наявність і особливості конкурентних пропозицій та товарів-субститутів та ін.;

товар: рівень ринкової новизни та диференціації, імідж, роль упаковки, причини і суть рекламаций споживачів, рівень супровідного сервісу та ін.;

канали маркетингової комунікації: стан, розгалуженість, вартість, досвідченість і лояльність комунікантів та ін.;

систем розподілу: наявність та розгалуженість каналів розподілу, стан системи посередницьких підприємств та організацій, різноманітність методів торгівлі, кваліфікація та досвід продавців та ін.

Цільова аудиторія комплексу маркетингових комунікацій підприємства — це існуючі та потенційні покупці товару/послуги, тобто ті особи, які користуватимуться ними чи впливатимуть на прийняття рішень щодо їх придбання [3, с. 139].

Визначення каналів комунікацій, відбувається шляхом аналізу з урахуванням оптимально можливого бюджету, який буде використаний на їх оплату. Аналіз каналів комунікації та інформації про цільову аудиторію дозволяє визначити комплекс оптимальних засобів, які максимально контактують з цільовою аудиторією.

Інформація про цільову аудиторію безпосередньо впливає на розробку повідомлення/звернення, до споживача та вибір засобів поширення інформації [4, с. 186].

Після того, як сформовано комплекс каналів комунікацій, розроблено звернення, необхідно передбачити канали передачі зворотної інформації, яка аналізується та порівнюється з очікуваним результатом.

Оптимально підібрані канали та методи отримання зворотної інформації надають змогу швидко реагувати адаптаційній системі.

До факторів, що впливають на ефективність адаптаційної системи ІМК відносять: чутливість системи до змін зовнішнього середовища; ритмічність постачання інформації та роботи системи; швидкість генерації і пошуку оптимального рішення; надійність джерел інформації; цінність кожної комунікаційної ланки; оперативність отримання інформації; чіткість виконання, реалізації прийняття рішень; достовірність прогностичних даних; ступінь автоматизації отримання та обробки даних.

Критерії ефективності адаптаційної системи ІМК включають: техніко-організаційні показники (швидкість передачі і обробки інформації; точність передачі інформації; глибина досягнення отримувача інформації; швидкість мобілізації каналу, комплексу комунікації; рівень контролюваності каналів, що використовуються; ступінь персоналізації отримувача інформації (звернення)), якісно-економічні показники (коефіцієнт «влучення» — досягнення мети комунікаційного повідомлення; коефіцієнт довіри до підприємства (ТМ) і т.д.; коефіцієнт обізнаності про підприємство (ТМ) і т.д.; коефіцієнт віддачі — співвідношення отримання прибутку до затрат на впровадження АС ІМК).

Висновок. Адаптаційна система ІМК — це постійно діючий сенсорно-моніторинговий механізм, який оперативно вносить корегування в комплекс ІМК, в залежності від змін та реакцій зовнішнього середовища..

Така система перетворює комплекс ІМК із набору інструментів в живий організм, який здатен не лише передавати і відтворювати інформацію а й «думати» і приймати оптимальні організаційно-комунікаційні рішення, що збільшують енергетичний ефект інтегрованих маркетингових комунікацій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вікіпедія — вільна енциклопедія [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Адаптация>
2. «Менеджмент» Конспект лекцій КНЕУ [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://enbv.narod.ru/text/Econom/management/management_kneu/str/04.html
3. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник — К.:КНЕУ, 2003. — 246 с.
4. Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник — К.: Атіка, 2006. — 300 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 65.011.44:330.341(477)

*А.О. Зайнчковський,
А.М. Кушніренко
Національний університет
харчових технологій*

РОЗВИТОК ІНТЕГРАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ НА РИНКУ МІНЕРАЛЬНОЇ ВОДИ

У статті представлений аналіз динаміки інтеграційного простору на ринку мінеральної води й запропоновані інструменти для покращення свого розвитку

Ключові слова: інтеграційний простір, рух експортних операцій, активізація виробництва, інвестиційна політика підприємств, інструменти розвитку інтеграційного простору.

The article presents an analysis of dynamics of the integration space in the market of mineral water and the tools to improve its development

Key words: integration space, the movement of export operations, increasing production, investment policy of enterprises, development tools integration space.

Прогресивність розвитку ринкових зв'язків спрямована на встановлення та розширення інтеграційного простору на ринку мінеральної води. Нестабільність політичних, економічних, соціальних, науково-технічних процесів гальмує розвиток ринку мінеральної води для встановлення тісного співробітництва в зовнішній торгівлі та інвестиційній діяльності. Недосконала система аналізу побудови споживчого попиту на ринку інших країн, сповільнені процеси залучення іноземного капіталу, неврегульована цінова політика підприємств, а також негативний вплив кризових явищ не дає сформулювати виважену стратегію реалізацію мінеральної води на інтеграційному рівні. Важливими умовами для підвищення і встановлення чіткого рівня конкурентоспроможності, виробничої ефективності та прибутковості підприємств необхідне раціональне застосування інструментів розвитку інтеграційного простору на ринку мінеральної води.

Окрема постановка загальних проблем та наслідків розвитку інтеграційного простору в національній економіці були розглянуті дослідниками та вченими, такими як: Гребельник С.Г., Румянцев А.П., Румянцева Н.С., Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. та іншими [1, 2, 3]. Але ж безпосередній вплив інтеграційного простору на ринок мінеральної води залишився поза увагою авторів.

Сучасний етап розвитку ринкових відносин спрямований на процеси відтворення виробництва та споживання продукції за для задоволення потреб покупців. Спостерігається, що сьогодні ринок мінеральної води володіє широким різновидом продукції та об'ємний за розмірами пропозиції продукції, але відбуваються різкі темпи скорочення продажу.

Тому доцільно провести аналіз вітчизняних процесів виробництва на ринку мінеральної води, вплив інтеграційного простору на реалізацію продукції, визначити темпи приросту експорту та динаміку потоків іноземних капіталовкладень в цю галузь та запропонувати нові інструменти розширення інтеграційного простору на ринку мінеральної води.

У розвинутих країнах Східної Європи, наприклад в Угорщині, Польщі, Чехії, в середньому споживання на одну особу мінеральної питної води складає приблизно 45 літрів в рік, в країнах Західної Європи — близько 100 літрів, а в окремих європейських країнах, наприклад в Бельгії, Німеччині, Іспанії, Італії та Франції, перевищує 100 літрів. Відповідно продукція має значний попит, що зумовлено індивідуальними особливостями споживачів продукції.

Формування міжнародних зв'язків спричинило необхідність налагодження та розширення збутової діяльності підприємств на інтеграційному просторі. Інтеграційний простір — це зона вільного переміщення товарів або послуг через митні кордони двох або більше країн, яка функціонує на підставі укладених міжнародних угод співробітництва.

© А.О. Зайнчковський, А.М. Кушніренко 2011

Рух експортних операцій, забезпечується безперервним потоком товарів через кордон, завдяки стимулюючій політиці держави, активній міжнародній комерційній діяльності підприємств, що дає можливість розширити межі інтеграційного простору. Так, експорт мінеральної води в Закарпатській області у 2009 році збільшився порівняно з 2008 роком на 19,3 %, у країнах СНД — в 2,13 рази, а в країни ЄС — на 92,7 %. У Європі провідними конкурентами України є підприємства Грузії та Росії. Вітчизняна мінеральна вода користується попитом на міжнародному ринку та відповідає стандартам якості ISO 9001.

Для підвищення ефективності роботи підприємств та покращення збутової діяльності на зовнішньому ринку мінеральної води, необхідно створити підрозділи маркетингу та управління якістю. До їхніх функцій можна віднести:

- проведення системного аналізу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на діяльність підприємства по розливу мінеральної води в межах його інтеграційного простору;
- вивчення потреб споживачів, що мають свої особливості, а саме залежать від культури харчування, історично сформованих звичаїв та традицій, територіального розміщення, кліматичних умов, та врахування альтернатив заміни товару на інший;
- розробка цінової політики, яка базується на методичних підходах ведення стратегій активної конкурентної боротьби по просуванню мінеральної води від виробника до споживача, при цьому звузити коло посередників, шляхом проведення прямих продаж через організацію своєї мережі представництв в інших країнах;

управління якістю, яке здійснюється з дотриманням вимог міжнародних стандартів ISO та врахуванням потреб та вподобань споживачів щодо споживчих властивостей мінеральної води. Ці заходи можна здійснити через організацію відкритих обговорень у мережі Інтернет та налагодження роботи «гарячих ліній» для формування маркетингової стратегії на інтеграційних рівнях збуту мінеральної води.

Активізація виробництва можлива завдяки введенню технологічних, інформаційних, управлінських інновацій, спираючись на досвід ведення діяльності суб'єктів господарювання індустріально розвинутих країн. Динаміка обсягу виробництва мінеральної води Закарпатської області в натуральних одиницях вимірювання досліджуваного періоду характеризувалася скороченням темпів приросту. Спад виробництва в 2006 р. в порівнянні з 2005 р. склав 4,61 %, а в 2007 р. по відношенню до 2006 р. навпаки зросло на 18,17%. У 2008 р. по відношенню до 2007 р. спостерігається незначне скорочення виробництва мінеральної води, темп якого склав 2,7 %. Скорочення обсягу виробництва даного продукту в 2009 р. по відношенню до 2008 р. досягло 9,01 % [4].

Сучасні перспективи України в рамках входження до інтеграційного європейського простору — стабілізація експорту мінеральної води. Наздогнати й випередити Європу Україна не зможе. За песимістичними оцінками Україна зможе наздогнати розвинуті індустріальні країни за існуючим рівнем виробництва лише у 2086 році [4], але ж передові індустріальні країни також не будуть стояти на місці.

Інвестиційна діяльність підприємств спрямована на залучення прямих іноземних інвестицій для розширення, модернізацію та автоматизацію виробництва мінеральної води, що дозволяє значно знизити собівартість продукції, а саме шляхом скороченням певної частки робочої сили, що демонструє чіткий розвиток тренду в Закарпатській області. Темпи приросту у 2006 р. склали 13,34 %, у 2007 р. зросли 708,47 %. Потім відбулися зміни тенденцій до істотного зменшення у 2008р. на 83,49 % у порівнянні з попереднім роком, а у 2009 р. спостерігається незначне збільшення інвестицій майже на 1 %.

Зручне геополітичне розташування Закарпатської області, наявність природного ресурсу — мінеральної води, а також розширення інтеграційного простору дало змогу залучити значні іноземні капіталовкладення на ринок мінеральної води за період 2005 – 2009 рр., а саме вдалось збільшити інвестиційні потоки у 7 разів, що допомогло зайняти чіткі позиції на ринку, завдяки встановленню високотехнологічного обладнання, нарощуванню резервних потужностей підприємств та розподілу мережі збуту продукції.

Інтеграційний простір формується завдяки встановленню зовнішньоекономічних зв'язків, розмежуванню інфраструктурної діяльності, здійснення операцій обміну та переміщення капіталу, товарів та ресурсів, укладанню міжнародних господарських контрактів та інше [5]. Розвиток інтеграційного простору на ринку мінеральної води неможливий без застосування інструментів, а саме:

нормативно-правових актів, які б регулювали діяльність суб'єктів господарювання, обмежували посередницьку діяльність, яка провокує процеси наростання інфляції, що призводить до подорожчання продукції у декілька разів;

державних заходів макроекономічних планів і цільових комплексних програм, які мають містити конкретні рішення по функціонуванню ресурсозберігаючих механізмів, по налагодженню системи контролю за видобутком мінеральної води, а також встановлення квоти на імпорт мінеральної води в нашу країну за для підтримання власного виробництва;

розробка державою нормативів по регулюванню якості, які б відповідали вимогам міжнародних стандартів;

застосування досягнень науково-технічного прогресу, що дає прискорити темпи виробництва та збільшити їхні об'єми;

активне розширення інформаційного простору, а саме використання вітчизняними підприємствами — мережі Інтернет, засобів комунікації для формування інтеграційного бачення сучасних тенденцій розвитку ринку мінеральної води.

Підприємства по розливу мінеральної води в Закарпатській області підтримують своє виробництво завдяки попиту країн СНД та країн ЄС, тому при експорті продукції вагомими факторами постають економічна політика держави, значно нижчі ціни виробників-експортерів, об'єми та терміни поставок, активність логістичної діяльності, якість та споживчі властивості продукції. На Україні ж за роки реформ було втрачено більш ніж 75 % економічного потенціалу країни і на сьогодні 90 % ринку заповнено імпортними товарами [2], що в галузі мінеральної води займає майже 10 %.

Висновки. Отже, складність розвитку інтеграційного простору ринку мінеральної води може обмежуватися насамперед нормативно-законодавчою базою як країни-імпортера, так і країни-експортера, ступенем розвитку економік країн, належність нашої країни до різних організацій міжнародного співробітництва.

Попри спад виробництва мінеральних вод у даному регіоні країни, що було спровоковано кризовими факторами, а саме девальвацією гривні, спадом попиту на міжнародних ринках, ще сегмент ринку залишається недостатньо заповненим. Отже, бренди мають можливість завоювати ринок за умови системного просування та за умови цілеспрямованої, довготривалої реклами мінеральних вод, назви джерел які добре відомі споживачам певного регіону, так і за кордоном.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гребельник С.Г. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 384 с.
2. Румянцев А.П., Румянцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 377 с.
3. Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика: Навчальний посібник. — Тернопіль: Астон, 2005.
4. Статистичний щорічник Закарпаття за 2009 рік / Державний комітет статистики України. Під ред. Г.Д. Гриник. — У.:, 2010 — 543 с.
5. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. — К.:Знання, 2006. — 462с.

anya4000@yandex.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 330.341.1

О.М. Петухова
Національний університет
харчових технологій

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ СТРУКТУР КЛАСТЕРНОГО ТИПУ У ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Розглянуто передумови формування інноваційних структур кластерного типу та обґрунтовано концепцію побудови кластерів у харчовій промисловості України.

Ключові слова: інновації, інноваційні структури, інноваційний розвиток, інноваційна діяльність, кластер, харчова промисловість.

Pre-conditions of forming of innovative structures of cluster type are considered and conception of construction of clusters is reasonable in food industry of Ukraine.

Key words: innovations, innovative structures, innovative development, innovative activity, cluster, food industry.

Одним із основних шляхів поступального розвитку економіки харчової промисловості України є підвищення ефективності інноваційної діяльності. Успішність розвитку підприємств галузі значною мірою залежить від ефективності організації інноваційних процесів, які забезпечують перетворення результатів науково-дослідних робіт в реальні технології, товари, послуги. Аналіз світової практики показує, що одним із найбільш ефективних методів організації інноваційних процесів є створення інноваційних структур кластерного типу.

Проблема активізації інноваційної діяльності досліджується економічною наукою все більшою мірою. Питанням забезпечення ефективного інноваційного розвитку приділяли увагу чимало відомих вітчизняних вчених, зокрема: В. Александрова, Ю. Багал, О. Бутнік-Сіверський, С. Соколенко, В. Василенко, О. Волков, В. Геець, А. Гриньов, О. Дацій, М. Денисенко, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, Б. Маліцький, О. Мендрул, С. Онишко, М. Пашута, І. Павленко, І. Федулова, Л. Федулова, Д. Черваньов та багато інших. Водночас, не зважаючи на значні напрацювання вчених-економістів, здійснені у площині теорії, методики та організації інноваційної діяльності, слід зауважити, що до цього часу багато проблем іще не знайшли свого остаточного вирішення, зокрема, бракує досліджень, які були б спрямовані на обґрунтування ефективних організаційно-економічних форм інноваційної діяльності у харчовій промисловості України. З огляду на це теоретичне обґрунтування формування інноваційних структур кластерного типу в харчовій промисловості є важливою та актуальною проблемою в теоретичному та практичному аспекті.

Сучасні економічні реалії, що характеризуються глибинними революційними потрясіннями, фінансово-економічними кризами, стрімким розвитком інформаційних технологій, потребою вирішувати глобальні задачі, обумовлюють необхідність розроблення новітньої парадигми інноваційного розвитку суспільства в цілому та окремих галузей народного господарства зокрема.

Формування нової парадигми — це складний і тривалий процес. Новітня парадигма як система наукових поглядів, понять, уявлень, концепцій, що формуються на основі аналізу й узагальнення реалій дійсності та трансформуються відповідно до змін зовнішнього середовища, повинна не лише відображати економічні реалії, що змінюються, але й уточнюватися та розвиватися під впливом економічних процесів, бути підґрунтям для формування відповідних прогнозів та передбачення майбутнього.

© О.М. Петухова, 2011.

Зазначимо, що будучи основою пізнання та сприйняття світу, базисом об'єктивного пояснення динаміки економічних процесів та пошуку адекватних відповідей актуальними викликам і загрозам, будь-яка економічна парадигма має своє призначення та обмеженість існування у часі. Парадигма актуалізується й стає загальноновизнаною концепцією економічного розвитку тільки у випадку відповідності наявним економічним, соціальним та політичним реаліям.

Світова та вітчизняна економіка формують нову парадигму розвитку, складовими якої є зростаючий взаємозв'язок між ринками капіталу і новими технологіями, розвиток економіки знань, посилення соціальної спрямованості нових технологій, глобальний характер створення та використання результатів наукових досліджень та розробок. Наукові дослідження у цьому напрямі призвели до необхідності створення або оновлення організаційних структур, зайнятих виробництвом і подальшою реалізацією наукових знань і технологій, малих, середніх і великих компаній, університетів, лабораторій, технопарків, технополісів тощо. Як свідчить практика розвитку найбільш успішних підприємств й економічних систем, сучасною формою економічного росту є така організаційна форма, як кластер [1, с. 325].

Головна сутність кластерної концепції полягає в забезпеченні виробничо-комерційної діяльності й удосконаленні ділових і особистих взаємовідносин, що, як очікується, мають набуту характеру органічно взаємозалежного і нерозривного ділового співробітництва [2, с. 605].

Створення інноваційних структур кластерного типу в контексті новітньої парадигми інноваційного розвитку економіки України обумовлює необхідність визначитись із основними вимогами, які висуваються до функціонування кластерів.

На наш погляд, ключовими характеристиками, на яких повинна базуватись концепція функціонування інноваційних структур кластерного типу у харчовій промисловості України, є:

1. Формування та діяльність інноваційних структур кластерного типу повинно відповідати місії, системі цінностей, стратегічним цілям розвитку галузі.

2. Здатність акумулювати необхідні ресурси, в тому числі науково-технічний потенціал галузі, фінансові кошти, постачальників сировини, матеріалів та комплектуючих, а також споживачів в єдину органічно функціонуючу систему.

3. Цілі функціонування кластерів повинні забезпечуватись відповідним організаційно-інституційним забезпеченням.

4. Застосування системного підходу, тобто дослідження ефективності інноваційних структур крізь призму сукупного результату функціонування кластера як системи. При цьому аналіз діяльності кластера має здійснюватися виходячи із розуміння нерозривної єдності трьох складових: системи в цілому, окремих ланок та взаємозв'язків між цілим та його складовими.

5. Інноваційні структури кластерного типу мають володіти здатністю ефективно адаптуватися до нових економічних реалій, та забезпечувати адаптивний розвиток внутрішніх інститутів шляхом формування якісно нових взаємовідносин, сфери відповідальності, системи ключових компетенцій, що в цілому відображало б інтереси власників, менеджменту, персоналу, виконавців, стратегічних партнерів підприємства, а також населення та держави. Особливу увагу при цьому слід приділяти розвитку взаємодії різних сфер функціонування суспільства (науки, освіти, політики, економіки тощо).

6. Стратегічною метою функціонування інноваційних структур кластерного типу є масштабні зміни, глибинні трансформації, виявлення базисних інновацій та забезпечення їх впровадження та дифузії. Поряд із цим кластерам доцільно працювати із усіма потенційними інноваціями та ідеями, що здатні забезпечити прогресивні зміни, перехід виробництва від одного стану до іншого за рахунок зміни факторів виробництва, їх комбінації та напрямів взаємодії.

7. Взаємозв'язок економічного зростання та підвищення рівня якості життя населення, зокрема розвиток людського потенціалу, покращення матеріального добро-

буту населення, забезпечення його якісними та безпечними харчовими продуктами, зростання інвестицій у людський капітал, покращення безпеки умов праці і життя людей, розвиток інфраструктури, забезпечення повної зайнятості та економічної безпеки країни в цілому.

8. Забезпечення інноваційного розвитку підприємств харчової промисловості, гармонізація економічних та соціальних інтересів суб'єктів ринку.

9. Спрямування діяльності інноваційних структур кластерного типу на збереження навколишнього середовища, оптимальне використання обмежених ресурсів, застосування природо-, енерго- та матеріалозберігаючих технологій.

Зазначені вимоги значною мірою визначають особливості формування та розвитку інноваційних структур кластерного типу в контексті інноваційного розвитку харчової промисловості та економіки України в цілому, і саме на них має будуватись концепція створення та функціонування кластерів.

У Великому тлумачному словнику сучасної української мови поняття «концепція» визначено у двох основних тлумаченнях [3, с. 571]:

1) Система доказів певного положення, система поглядів на те чи інше явище; спосіб розуміння, тлумачення якихось явищ.

2) Ідейний задум твору.

Під концепцією формування та розвитку інноваційних структур кластерного типу у харчовій промисловості будемо розуміти систему теоретико-методологічних положень та поглядів, сукупність узагальнюючих положень, певний спосіб розуміння сутності, змісту, принципів, технологій, методики й організації інноваційного процесу, що визначає стратегію дій для здійснення інноваційної діяльності, програм та проектів, з врахуванням галузевих особливостей.

В основу концепції покладемо розуміння функціонування кластерів як системи, що спрямована на забезпечення інноваційного розвитку харчової промисловості через налагодження відносин ядра кластера із зацікавленими в його діяльності сторонами, і яка реалізується через взаємодію сукупності внутрішніх інституцій, здійснення цілеспрямованого впливу на економічні взаємовідносини підприємства із зацікавленими в його діяльності групами-споживачами, власниками, державою, стратегічними партнерами, інвесторами, персоналом тощо.

Об'єктивними передумовами активізації інноваційних процесів у забезпеченні економічного розвитку галузі через створення організаційно-економічних утворень кластерного типу можна вважати такі:

глобалізацію економіки та її неоднозначний вплив на розвиток харчової промисловості, що обумовлює безпрецедентну появу стратегічних викликів та загроз для підприємств галузі;

розвиток нової економіки, яка характеризується розбудовою інформаційного суспільства та інтелектуальної економіки шляхом створення потужних інформаційно-комунікаційних потоків, реформуванням системи освіти, розвиненістю банківського та фінансового секторів;

підвищення соціальної відповідальності харчової промисловості, що пов'язано з необхідністю максимізації з боку підприємств галузі позитивного впливу на суспільство;

зростання значущості інновацій в економічному розвитку галузі, що актуалізує розвиток інноваційної співпраці та обумовлює необхідність інтеграції зусиль окремих учасників інноваційного процесу задля забезпечення сталого економічного розвитку та підвищення конкурентоспроможності;

посилення значущості інтелектуалізації виробництва, що супроводжується зміною усталених поглядів у напрямі підвищення цінності людського капіталу підприємств;

підвищення ролі освіти та неперервного навчання персоналу, підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів, розвитку компетенцій різних категорій фахівців;

нормативно-правові передумови формування кластерів у контексті інноваційного розвитку економіки, зокрема закони України «Про наукову і науково-технічну діяльність», «Про державне прогнозування та розроблення програм економічного і соціального розвитку України», «Про інноваційну діяльність», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про пріоритетні напрями розвитку науки і техніки», «Про спеціальний режим інвестиційної і інноваційної діяльності технологічних парків», інші закони України, Концепція науково-технологічного та інноваційного розвитку України тощо.

Передумови формування концепції кластерів у харчовій промисловості включають також й проблемні аспекти інноваційного розвитку підприємств галузі, а саме: посилення економічної нестабільності і втрата керованості важливими економічними процесами у зв'язку із руйнуванням традиційних відносин власності і ринкового обміну на фоні слабого розвитку інститутів інтелектуальної власності;

падіння конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх та внутрішніх ринках;

високий рівень зношеності основних фондів;

низька інноваційно-інвестиційна активність вітчизняних підприємств;

зростання залежності діяльності підприємств від зовнішньоекономічної кон'юнктури;

скорочення кількості кваліфікованих кадрів;

зниження якості професійної підготовки кадрів;

нерациональне використання сировини та природних ресурсів;

застосування екологічно недосконалих технологій, що призводить до екодеструктивного впливу на навколишнє середовище.

Враховуючи те, що функціонування інноваційних структур кластерного типу спрямоване на забезпечення сталого розвитку харчової промисловості, головне протиріччя можна сформулювати як таке, що пов'язане з необхідністю гармонізації соціальних та економічних пріоритетів розвитку галузі та суспільства.

З врахуванням окреслених тенденцій імперативом розвитку економіки харчової промисловості є її орієнтація на вирішення актуальних соціально-економічних проблем розвитку суспільства. Виходячи із вищезазначеного, базовими положеннями, покладеними в основу концепції формування кластерів у харчовій промисловості, можна вважати такі:

спрямованість інноваційних структур кластерного типу на забезпечення інноваційного розвитку галузі;

формування механізмів розвитку інноваційних структур кластерного типу крізь призму інституціональної парадигми з точки зору гармонізації функціонування кластера із самостійністю внутрішніх інститутів;

орієнтація на сучасні наукові досягнення у сфері управління та інноватики; використання ефективних технологій управління;

інтегративно-розвиваючий підхід, що реалізує засади інтеграції та розвитку розглянутих вище ідей під час формування та діяльності інноваційних структур кластерного типу.

Зауважимо, що ключовим аспектом концепції є забезпечення функціонування кластерів відповідно до певних закономірностей, які відображають зміст ефекту синергії, управлінського впливу, фактори та обмеження розвитку даної інноваційної структури. Саме таке розуміння основних закономірностей дозволить підходити до вирішення різноманітних проблем функціонування кластерів з урахуванням їх місця в системі взаємопов'язаних відносин, процесів та явищ, характерних для кластера як цілісної системи.

Вищевикладене дає змогу запропонувати концептуальну модель створення інноваційних структур кластерного типу, в основу побудови якої покладено наступні положення:

формування інноваційних структур кластерного типу спрямоване на забезпечення гармонізації цілей кластера з інтересами споживачів, підприємств харчової промисловості та основних стейкхолдерів. У зв'язку з цим стратегічна ціль формуван-

ня інноваційних структур кластерного типу — забезпечення сталого розвитку кластера з врахуванням інтересів галузі, населення, держави;

реалізація цілей інноваційних структур кластерного типу має здійснюватись на основі принципів забезпечення сталого розвитку економіки харчової промисловості;

узгодження економічних протиріч в діяльності кластера через застосування функціонального та інституційно-структурного підходів до формування його організаційної структури;

необхідність науково обґрунтованої політики держави в сфері активізації інноваційних процесів, зокрема чітке визначення пріоритетів інноваційного розвитку;

формування стратегічних взаємовідносин із зацікавленими сторонами на основі розвитку стійких конкурентних переваг, що спираються на компетенції кластера. Головним критерієм значущості компетенцій є їхня здатність впливати на конкурентні переваги у забезпеченні інноваційного розвитку харчової промисловості;

досягнення цілей кластера вимагає розвиненості інфраструктури та інституційного середовища через формування системи інститутів, яка б сприяла налагодженню ефективних економічних зв'язків зі споживачами, конкурентами, бізнес-партнерами, місцевими громадами, державою тощо;

необхідність розроблення механізму взаємодії та організаційно-правових засад забезпечення функціонування кластерів;

необхідність компетенційного підходу як такого, що варто застосовувати задля забезпечення гармонізації цілей кластеру з інтересами персоналу як одного із стратегічних стейкхолдерів. Формування системи освіти та підвищення кваліфікації для різних категорій персоналу є інструментом розвитку та оновлення ключових компетенцій кластеру в забезпеченні конкурентоспроможності його продукції. Застосування компетенційного підходу створює підґрунтя для індивідуального інтелектуального розвитку та сприяє підвищенню ефективності діяльності персоналу.

Наведені положення охоплюють ключові аспекти формування інноваційних структур кластерного типу та утворюють концептуальні засади створення та функціонування кластерів у контексті поступального розвитку економіки підприємств харчової промисловості України та суспільства в цілому.

Висновки. Питання активізації інноваційної діяльності підприємств харчової промисловості нерозривно пов'язане із формуванням та ефективним функціонуванням інноваційних структур кластерного типу на рівні галузі.

Зміст концептуального наповнення формування кластерів у харчовій промисловості полягає у виявленні закономірностей, розробленні принципів, функцій та методів гармонізації організаційно-економічних пріоритетів інноваційного розвитку шляхом удосконалення взаємовідносин між ядром кластера та основними зацікавленими особами, зокрема: персоналом, споживачами, інвесторами, власниками, державою, стратегічними партнерами, конкурентами, постачальниками, а також місцевими органами влади, громадою та ін.

ЛІТЕРАТУРА

1. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку: Моногр. / [В.П. Александрова, Т.І. Артёмова, Ю.М. Бажал, та ін.]; за ред. акад. НАН України В. М. Гейця. — К.: Фенікс, 2003. — 1006 с.
2. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці. / Соколенко С.І. — К.: Логос, 2004. — 848 с.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. — К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. — 1736 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 339.92

С.І. Степанець,

Н.С. Скопенко

Національний університет

харчових технологій

РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ПРОЦЕСІВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

В статті досліджено вплив глобалізації на світові економічні процеси, що характеризуються системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік. Розглянуто розвиток України у контексті глобалізаційних процесів.

Ключові слова: світова економіка, глобалізація, глобалізаційні процеси, інтеграція.

In the article influence of globalization is considered on world economic processes which are characterized system integration of world markets and regional economies and development of Ukraine in the context of globalization processes.

Key words: world economy, globalization, globalization processes, integration.

Сучасна проблема глобалізації знаходиться в центрі уваги аналітиків всього світу. Глобалізація — це перехід від економік окремих країн до економіки міжнародного масштабу, це різке прискорення інтернаціоналізації всіх сфер світового життя, більш високий рівень відкритості національних економік, і, як наслідок, інтенсивний обмін інформацією, людьми, капіталом, товарами, культурними та духовними цінностями [5].

Хоча поняття «глобалізація» в останній час найбільш часто зустрічається в економічній літературі, до повної ясності цього терміну як в концептуальному плані, так і в практичному, ще далеко.

Сучасні дослідники глобалізаційні процеси оцінюються неоднозначно.

З точки зору В.М. Лукашевича, глобалізація — об'єктивний соціальний процес, змістом якого є посилення взаємозв'язків і взаємозалежності національних економік, національних політичних і економічних систем, національних культур. В основі глобалізації лежить розвиток світових ринків товарів, праці, капіталу [6].

У. Бек вважає, що глобалізація має на увазі процеси, в яких національні держави та їх суверенітет вплітаються в павутину транснаціональних факторів і підпорядковуються їх власним можливостям, їх орієнтації і ідентичності [1].

За визначенням Л.В. Іноземцева глобалізація — це процес перетворення регіональних соціально-економічних систем, які вже досягли високого ступеня взаємозалежності, в єдину світову систему, що розвивається на основі відносно уніфікованих закономірностей [2].

На нашу думку, глобалізація економіки — це складний багатогранний процес якісний перетворень інтеграційних процесів в світовій економіці на основі збільшення об'ємів і прискорення міжнародних переміщень товарів, послуг, капіталу, широкого розвитку нових інформаційних технологій.

Аналізуючи літературні джерела доходимо висновку, що процес глобалізації охоплює різні сфери світової економіки, а саме:

зовнішню, міжнародну, світову торгівлю товарами, послугами, технологіями, об'єктами інтелектуальної власності;

міжнародний рух факторів виробництва (робочої сили, капіталу, інформації);

міжнародні фінансово-кредитні та валютні операції;

виробниче, науково-технологічне, інжинірингове та інформаційне співробітництво.

Глобалізація характеризується системною інтеграцією світових ринків і регіональних економік, усіх сфер людської діяльності, внаслідок чого спостерігається прискорений економічний зріст, прискорення впровадження сучасних технологій та методів

управління. При цьому зміни, які викликані процесами інтеграції економік, носять глибокий характер, торкаються всіх сфер діяльності людини.

Метою статті є дослідження питання щодо відновлення та подальшого розвитку економіки України у контексті структурних змін та економічного зростання, що дозволить вітчизняній економіці максимально успішно увійти в глобальний економічний простір.

Економічне зростання окремих країн та їх конкурентоздатність у значній мірі визначаються глобалізацією національних економік, а стабільний розвиток кожної держави сьогодні розглядається у нерозривному взаємозв'язку з функціонування світового господарства. Будь-яка національна економіка є невід'ємним елементом міжнародної економічної системи та перебуває у постійній взаємодії з рештою її елементів — країн.

Якість зазначеної взаємодії все більше залежить не тільки від ресурсозабезпеченості країни, а від тієї діяльності, яка передбачає формування та реалізацію цілого механізму побудови відносин із зовнішнім світом.

Що стосується України, то розвиток її економіки неможливо розглядати окремо від світової економіки. Для України досягти збалансованості неможливо без оптимізації ринкової структури, яка має враховувати тенденції розвитку світового ринку. І структурні перетворення її економіки повинні бути спрямовані на ринкову економіку, що інтегрована в світову економіку як її органічну світову частину. Тому процеси внутрішньої трансформації слід розглядати одночасно і як процеси входження України в світове економічне середовище, оскільки формування зовнішнього сектору економіки є складовою формування ринкової економічної системи.

Сьогодні Україна перебуває в складному економічному і фінансовому стані.

Активному включенню України в інтеграційні процеси світової економіки перешкоджають низький технічний і технологічний рівень виробництва, висока собівартість продукції та її низька конкурентоспроможність через значну енергоємність, сировинна направленість експорту, нерозвиненість інфраструктури підтримання експорту та схем його фінансування, складність механізмів державного регулювання.

Сучасне положення України характеризується невідповідністю її економіки до високоефективних форм зовнішньоекономічного співробітництва. Поки що для України характерний збутовий і посередницький характер зовнішніх зв'язків.

Сучасна економіка України характеризується деформованою структурою виробництва і низьким технічним рівнем. Динаміка структури виробництва має тенденцію до збільшення частки продукції чорної металургії, електроенергетики, паливної промисловості та зменшення частки галузей легкої промисловості і ця тенденція зберігається.

Сучасний стан технологічної конкурентоспроможності економіки України визначає низка властивостей, що негативно впливають на можливість її зміцнення в майбутньому, наприклад, збереження високого рівня ресурсо- та енерговитратності економіки, відсутність мотивацій у підприємств щодо здійснення інноваційної діяльності. Зниження попиту на інноваційні продукти є принциповим чинником, що впливає на стан розвитку інноваційної сфери в Україні. Відбувається істотне відставання країни за технологічним розвитком від розвинутих країн, зокрема інтенсивно розвиваються виробництва нижчих технологічних укладів, які не мають значного попиту на інновації.

Товарна структура експорту є вкрай несприятливою. Домінуючими експортними позиціями залишаються металопродукція (близько 45 % від загального експорту), мінеральні продукти та хімія (22 %), машинобудування — лише 12 %. Головні експортно-орієнтовані галузі залишаються надзвичайно енергоємними, що робить їх критично залежними від імпортованих енергоносіїв та обмежує можливості нарощування експорту за рахунок девальвації національної валюти [8].

Майже 70 % промислової продукції становлять напівфабрикати і продукція базових виробництв, а продукція соціального виробництва (товари кінцевого споживання), що є основою товарної маси для споживчого ринку і задоволення потреб населення — лише 30 %. На відміну від держав Центральної Європи, в Україні та і не

відбулась переорієнтація з торгівлі сировиною та напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю.

Саме тому, питання реформування вітчизняної економіки є дуже важливим і актуальним.

Для відновлення національної економіки та зростання конкурентоспроможності вітчизняної продукції необхідно, перш за все, ефективне використання природних переваг України, а саме: вигідного транспортно-географічного положення, завдяки якому через Україну проходить 5 з 10 міжнародних транспортних коридорів Європи, значних запасів корисних копалин (займаючи менше 0,5 % території світу і менше 1 % населення, Україна має біля 5 % світових сировинних ресурсів); родючих сільсько-господарських угідь, на які припадає 25 % світових запасів чорнозему.

Україна повинна забезпечити повне використання своїх переваг у виробництві сільськогосподарської продукції. В Україні є все для того, щоб не тільки забезпечити внутрішній попит, але й нарощувати експорт сільськогосподарської продукції, що дозволить зменшити світову агроінфляцію.

Необхідно зазначити, що державна підтримка сільського господарства та харчової промисловості, утримання росту цін на продовольчі товари є найважливішими антиінфляційними та антикризовими засобами.

У Державному бюджеті України на 2011 рік заплановано фінансову підтримку підприємств агропромислового комплексу через механізм здешевлення кредитів (531,4 млн. грн.) [4].

Водночас для забезпечення стабільності цінової ситуації, становлення і формування цивілізованого аграрного ринку, забезпечення продовольчої безпеки держави у 2011 році планується надати державну підтримку діяльності Аграрному фонду у сумі 3,938 млрд. грн. За прогнозами Міністерства економічного розвитку та торгівлі України приріст обсягів виробництва в харчовій промисловості прогнозується на рівні 4 – 5 % за рахунок покращення ситуації у фінансовій сфері, активізації кредитної діяльності та розширення зовнішнього попиту. Ці заходи спрямовані на зменшення негативного впливу світової агроінфляції та забезпечення насичення внутрішнього ринку продовольчими товарами [7].

Окрім державної підтримки, значну роль у розвитку та становленні агропромислового комплексу може відіграти залучення інвестицій, що сприятиме уведенню у виробництво сучасних технологій, оновленню національного товаровиробника, надасть імпульс прогресивним зрушенням в господарській структурі країни та забезпечить вихід України на світовий ринок з конкурентоспроможною продукцією.

Висновки. Дійова політика держави та ефективне використання власних та іноземних інвестицій, зокрема у контексті структурних змін і економічного зростання, є однією з головних передумов для формування потужного національного капіталу України та розвитку відкритої ринкової економіки шляхом посилення конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Стабільний розвиток та економічне зростання окремих країн залежить від ефективного функціонування світового господарства, тому що будь-яка національна економіка є невід'ємним елементом міжнародної економічної системи. Дослідженням доведено, що українська держава має значні шанси для потужного розвитку національної економіки у контексті її входження у світовий простір.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бек У. Что такое глобализация? / У.Бек — М.: Прогресс, 2001 — 301 с.
2. Иноземцев В.Л. Глобализация и неравенство: что причина, что следствие / В.Л. Иноземцев // Россия в глобальной политике. — 2003. — № 1. — с. 154 – 162.
3. Інноваційна стратегія українських реформ / [Гальчинський А., Гасець В., Кінах А., Семиноженко В.] — К.: Знання, 2002. — 324 с.

4. Крючкова І. Прогнози інфляції у 2011 році / І.Крючкова. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=244105427&cat_id=243537710

5. Липов В.В. Міжнародна економіка: міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини. Модуль 2. Міжнародні ринки та форми міжнародної економічної взаємодії. Навч.-практ. посіб. / В.В. Липов — К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. — 368 с.

6. Лукашевич В.М. Глобалістика / В.М. Лукашевич. — Львів: «Новий світ — 2000», 2007, — 400 с.

7. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=78200

8. Попова В. Конкурентоспроможність економіки України: джерела формування та соціальні наслідки / В. Попова // Економіка України — 2008. — № 8 — с. 4 – 13.

9. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія / Під ред. д-ра екон. наук., проф. Д.Г. Лук'яненка. — К.: КНЕУ, 2001. — 538 с.

10. Тарасевич В.М. Міжнародна економіка: Підручник / В.М. Тарасевич — К.: Центр навчальної літератури, 2006. — 224 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК: 330.147:332.135

Л.О. Кримська,
Ю.О. Соколова
Запорізький національний
технічний університет

РОЛЬ МІЖГАЛУЗЕВОГО КЛАСТЕРУ У ПОСИЛЕННІ РИНКОВОЇ ВЛАДИ КОРПОРАЦІЇ

Досліджені та проаналізовані можливості посилення ринкової влади корпорацій в кластері. Розглянуто територіальний та функціональний аспекти кластеру, що утворений підприємствами ФПГ «СКМ» в межах південно-східних областей України.

Ключові слова: Кластер, конкурентноздатність, корпорація, національна економіка, ринкова влада.

The possibilities of corporations' market power strengthening in a cluster are investigated and analyzed. The cluster territorial and functional aspects, that is formed by the enterprises of FIG «SCM» within the south-east regions of Ukraine are considered.

Key words: Cluster, competitiveness, corporation, national economy, market power.

Розвиток ринкових відносин в Україні в продовж 2000 – 2010 рр. відбувається в сфері великого бізнесу, що лише підтверджує глобальну закономірність і той факт, що саме великий бізнес виробляє найбільшу частку ВВП розвинутих країн та є основою зростання та розвитку національної економіки. Як було показано вище, результатом цього стало створення ІБГ, які набули форму вертикально-інтегрованих концернів, конгломератів, або навіть об'єднали характеристики двох форм. Серед основних наслідків створення інтегрованих бізнес-груп дослідники називають поступовий перехід ролі основного економічного агента в економіці до корпорацій, що діють, як сучасні інвестиційні фонди, переносючи пріоритети з виробничих функцій на фінансові: злиття та поглинання, розробка та фінансування великих інвестиційних проектів, викуп, реструктуризація та подальший продаж підприємств, які опинилися у скрутному становищі [1, с. 142]. Я. Галухіна та Я. Паппе відзначають цей процес, як фундаментальний зсув [2, с. 30]. Подібній ситуації, на їх думку, сприяє те що бізнес-групи, які утворилися на пострадянському просторі отримали доступ до ресурсів світового фондового ринку [3, с. 67 – 68]. Це, в свою чергу, обумовило переорієнтацію основних економічних показників більшості корпорацій реального сектору національної економіки з обсягу виручки до зростання капіталізації активів.

В сучасній економічній літературі все частіше зустрічаються дослідження вітчизняних та зарубіжних науковців, що присвячені утворенню кластерів та визначенню їх впливу на діяльність економічних агентів, а також їх ролі у розвитку національної і регіональної економіки, серед них Я. Галухіна, С. Єгоров, А. Кузнецов, А. Мигранян, Н. Миколаїв, Ж. Мингалева, М. Портер, А. Скоч, М. Слипенчук, Т. Цихан, Я. Паппе та інші. Ґрунтовні наукові розробки зазначених авторів в значній мірі розкривають роль кластерів в сучасній економіці, як на міжнародному, так і на національному рівні та слугують орієнтиром у вивченні даної проблеми. Найбільш цікавими з точки зору ролі, що відіграють кластери у посилення ринкової влади корпорацій, є роботи М. Слипенчука, який описує процес формування фінансово-промислових кластерів, на базі потужних інтегрованих бізнес-груп (ІБГ). Дослідження Слипенчука М. продовжують думки інших російських авторів Я. Галухіної та Я. Паппе, які визначають ІБГ основою створення потужних регіональних економічних утворень. Саме орієнтуючись на наукові розробки цих авторів ми розглядаємо проблемну ситуацію у дійсній статті.

© Л.О. Кримська, Ю.О. Соколова, 2011

Вихід українських корпорацій на світові ринки товарів, послуг та капіталу свідчить про початок реальної глобалізації української економіки. В той же час, глобалізація ставить українські корпорації та бізнес-групи перед необхідністю посилення ринкової влади та завоювання додаткових конкурентних переваг, що гарантували би утримання конкурентних позицій в глобальному масштабі. Саме це зумовлює необхідність удосконалення механізму посилення ринкової влади корпорацій реального сектору національної економіки в умовах концентрації та централізації капіталу. Одним з елементів зазначеного механізму виступає кластеризація економіки.

Погоджуючись з думками інших дослідників [1, 4, 5, 6, 7], слід визнати що основним макроекономічним ланцюгом сучасної економіки, яка ґрунтується на потужних інтегрованих бізнес-групах, становиться не галузь, а кластер, який визначається як нова форма територіальної (географічної) організації економіки. Як говорилося вище, в національній економіці кластеризація явилася наслідком активної фази процесів злиттів та поглинань. Категорія «кластер» була введена М.Портером у 80-х рр. ХХ ст., який надав йому класичне визначення: «Кластер — це сконцентровані за географічним принципом групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій, які конкурують в певних галузях, але при цьому ведуть сумісну роботу» [8, с. 170 – 176]. При визначенні кластеру М. Портер включив до нього як вертикальні (покупець — постачальник), так і горизонтальні (спільні клієнти, технології, посередники і ін.) взаємовідносини при організації експорту та його фінансування.

В національній економіці кластери є основою зростання внутрішнього ринку та виникають послідовно один за одним, що, у відповідності до думок М. Портера та інших дослідників, сприяє зміцненню конкурентних позицій країни на глобальному рівні. В цілому, в дослідженнях сучасних авторів [9, 10] виділяють три широких визначення кластерів:

по-перше, це регіонально обмежені форми економічної активності всередині споріднених секторів, звичайно прив'язані до тих чи інших наукових установ (НДІ, університетам і т. і.);

по-друге, це вертикальні виробничі ланцюги, в яких суміжні етапи виробничого процесу утворюють ядро кластера (наприклад, ланцюг «постачальник – виробник – посередник (збут) — клієнт»). До цієї ж категорії відносяться мережі, що формуються навколо головних корпорацій;

по-третє, це галузі промисловості, що мають високий рівень агрегації (наприклад, «металургійний кластер», «сільськогосподарський кластер») або сукупності секторів на ще більш високому рівні агрегації.

Узагальнення думок різних авторів дозволило виділити наступні відмінні прикмети кластерів: значна перевага частки ринку продукції, що випускається внаслідок функціонування кластеру значно перевищує середній випуск продукції в даній галузі національної економіки; перевищення середніх приросту продукції кластеру середньогалузевих показників; конкурентноздатність кластера з урахуванням питомих витрат і якості продукції не поступається відповідним секторам економіки інших країн та регіонів; наявність коопераційних, інтеграційних та сітьових організаційних форм; створення і розвиток інформаційних та маркетингових зв'язків між учасниками кластеру на базі сучасних технологій, що суттєво покращує ринкову інфраструктуру національної економіки.

Аналіз досліджень [1, 7, 8, 9, 10] присвячених питанням утворення та функціонування кластерів дозволив визначити основні напрямки створення синергічного ефекту від їх діяльності: по-перше, прискорення розвитку, стимулювання дослідницької та стратегічної діяльності корпорацій, які входять до складу кластеру; по-друге, наявність вільного доступу до інформації та швидке розповсюдження інновацій; по-третє, поява нових можливостей здійснення конкурентної боротьби, які обумовлені розвитком взаємозв'язків корпорацій, які входять до складу кластеру.

Світовий досвід свідчить, що більшість українських великих підприємств з ринкової точки зору є незначним бізнесом, оскільки функціонують самі по собі. В розвинутих країнах менші за розміром виробництва входять до великих корпорацій та використовують її потенціал, формуючи різні корпоративні мережі (вертикальні, горизонтальні, перехресні) та посилюючи ринкову владу. Для системних конгломератів геометрія мережі створення вартості носить перманентний характер і може приймати форму, яка залежить від обставин [11]. Ми, також, погоджуємось з думкою інших дослідників, зокрема М. Сліпенчука [1, с. 140], про те що на коротких відрізках часу вертикальна інтеграція є більш ефективною, ніж у тривалому періоді (поки не вичерпався ефект економії на транзакційних витратах), а тривалість її ефективності пропорційна часу життя технологій, що використовуються в бізнесі, тому вертикальна інтеграція, яка заснована на сировині ефективніша випродовж більш тривалого часу, ніж, наприклад, машинобудівна або інформаційна, оскільки в останніх технології оновлюються скоріше. Чим швидше оновлюються технології, тим доцільніше використання горизонтальної інтеграції.

Під час масової приватизації в Україні відбулися розриви природних споріднених та підтримуючих галузей національної економіки через те, що підприємства цих галузей увійшли до різних ФПГ, тобто відбувся розрив сформованих ще за радянських ТВК та НВО. Як наслідок, інтереси українських ФПГ часто перетинаються, що обумовлює, з одного боку, необхідність, або перепродажу деяких підприємств, або їх злиттів та поглинань. З іншого боку, зусилля що спрямовуються на організацію зазначених операцій потребують багато ресурсів. Злиття та поглинання — дуже коштовні та витратні, вони вимагають від корпорацій концентрації великої кількості ресурсів, жорстких дій та часу, що в результаті суттєво послаблює конкурентноздатність та ринкові позиції. Формування міжгалузевих кластерів дозволяє корпораціям нівелювати несприятливий вплив ринкової кон'юнктури, власних дій або дій конкурентів на ринку злиттів та поглинань та знаходити можливості для посилення ринкової влади. Одним з наслідків розриву зв'язків між корпораціями реального сектору стало розпорошення власності та потрапляння багатьох з підприємств різних галузей національної економіки до складу іноземних ФПГ та ТНК. Так, наприклад, ВАТ «Миколаївський глиноземний завод» та ВАТ «ЗАЛК» увійшли до потужної російської алюмінієвої групи «Русал», що поповнило активи групи та дозволило завершити формування вертикально-інтегрованого ланцюга, а ВАТ «Криворіжсталь» поповнила активи найбільшого світового виробника сталі — корпорації «Mittal Steel». Дослідження показують, що алюмінієва та чорно-металургійна галузь є найбільш вертикально-інтегрованою, і приклад українських та російських підприємств підтверджує це.

Першою серед національних ФПГ необхідність створення кластерів з метою посилення конкурентноздатності та ринкової влади усвідомили керівники ФПГ «СКМ», на базі якої вже декілька років формуються найпотужніші міжгалузеві чорно-металургійні та енергетичні кластери. Незважаючи на те, що багато в чому структура, яка утворюється ФПГ «СКМ» нагадує саме територіально-виробничий комплекс, вона має багато рис, характерних саме для кластерної організації діяльності господарюючого суб'єкту. Вдала побудова вертикально-інтегрованих ланцюгів всередині холдингів, які входять до складу групи, стратегічно вірні придбання активів та географічне розташування підприємств групи, дозволило сформувати їй потужний кластер, що об'єднав видобувний, збагачувальний, металургійний, енергетичний та фінансовий бізнеси групи, а внутрішня сила якого суттєво зміцнила позиції ФПГ. Територіально кластер розташований в межах Донецької, Дніпропетровської та Луганської областей (рис. 1) [12, с. 5].

Окрім власних активів ФПГ «СКМ» спільно з іншими українськими та іноземними бізнес-групами володіє різними підприємствами, які можна віднести до споріднених та підтримуючих галузей, що також посилює ринкову владу корпорації. Функціональний фрагменту кластеру ФПГ «СКМ» (див. рис. 2) складається зі споріднених та підтримуючих галузей, починаючи з видобувної промисловості, закінчуючи виробництвом готової продукції, зокрема металевих труб.



Рис. 1. Територіальний фрагмент кластеру ФПГ «СКМ»

До споріднених галузей, в наведеному фрагменту чорно-металургійного кластеру ФПГ «СКМ», відносяться видобувна галузь, галузі первинної переробки сировини та безпосередньо виробництва чорного металу, подальша переробка металу, а також феросплавна галузь. Водночас, підприємства транспортної та енергетичної інфраструктури, виробники та постачальники обладнання, а також науково-дослідницькі установи — підтримуючі галузі. Похідна сировина поступає на підприємства групи як з підприємств, що входять до її складу та розташовуються в межах території, яка наведена на рис. 1, так і з інших підприємств — постачальників сировини, що знаходяться на території України та за її межами. Для забезпечення підприємств групи сировиною, ФПГ «СКМ» активно розвиває портове господарство морських портів міст Маріуполя та Севастополя.

Виходячи з класичного визначення ринкової влади, ми вважаємо, що міжгалузеві кластери завдяки включенню низки підприємств споріднених та підтримуючих галузей дозволяють, з одного боку захиститися від тиску ринкової влади інших суб'єктів, а з іншого — посилити власну ринкову владу. Вони також сприяють підвищенню конкурентоспроможності національної економіки в цілому, згідно моделі М. Портера «Діамант конкурентоспроможності».

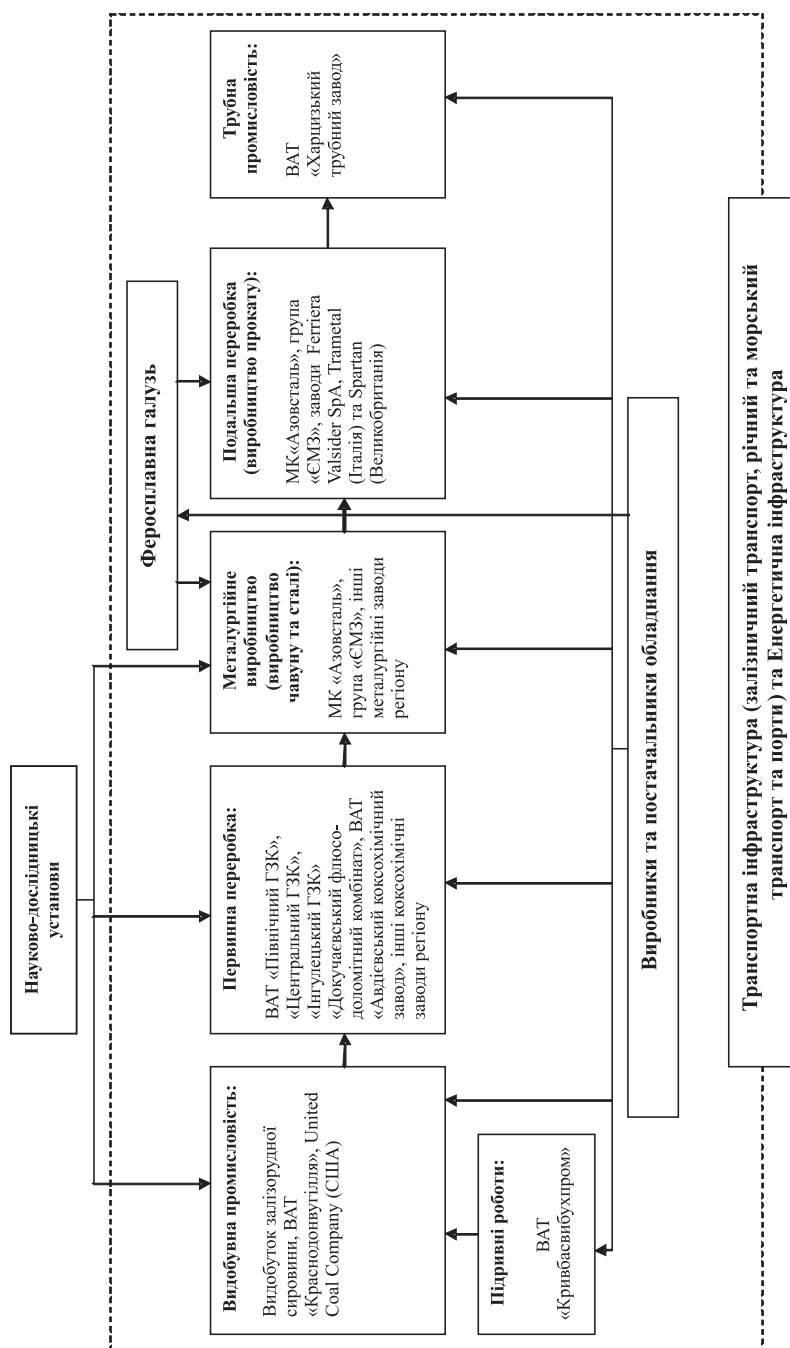


Рис. 2. Фрагмент чорно-металургійного кластеру ФПГ «СКМ»

Висновки. В результаті проведеного аналізу з'ясовано що кластер надає корпораціям нові можливості для систематизації проблем та вибору шляхів їх подолання.

Посилення ринкової влади відбувається завдяки суттєвим зниженням бар'єрів виходу на ринки збуту продукції та постачань сировини і матеріалів, робочої сили, зниження витрат за рахунок ефекту масштабу, що проявляється при кооперації виробників та споживачів. Взаємодія з регіональною і муніципальною владою дозволяє знайти методи і засоби вирішення тієї частини проблем, яка знаходиться в сфері компетенції регіону. Визначення механізму впливу кластеру на конкурентноздатність корпорації є актуальним завданням та буде розглянуто в подальших дослідженнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Слипенчук М.В. Формирование финансово-промышленных кластеров: региональный фактор глобализации / М.В. Слипенчук. — М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. — 263 с.
2. Галухина Я.С. Российский крупный бизнес в 2000 – 2005 гг.: основные направления трансформации и развития / Я.С. Галухина, В.Ш. Паппэ // Проблемы прогнозирования. — 2006. — №3. — С. 23 – 41
3. Галухина Я.С. Российский крупный бизнес в 2000 – 2005 гг.: некоторые ключевые аспекты развития / Я.С. Галухина, Я.Ш. Паппэ // Проблемы прогнозирования. — 2006. — №4. — С. 64 – 79.
4. Егоров С.А. Промышленный кластер как развитая форма производственной кооперации / С.А. Егоров // Проблемы современной экономики. — 2008. — № 3 (27). — С. 588 – 590.
5. Мигранян А.А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров / А.А. Мигранян [Электронный ресурс]. — Режим доступа до статті: <http://www.krsu.edu.kg/vestnik/v3/a15.html>.
6. Мингалева Ж. Кластеры и формирование структуры региона / Ж. Мингалева, С. Ткачева // МЭ и МО. — 2000. — № 5. — С. 97 – 102.
7. Скоч А.А. Синергетический эффект кластерообразующих инвестиций: методы количественной и качественной оценки / А.А. Скоч // Менеджмент в России и за рубежом. — 2008. — №3. — С. 23 – 30.
8. Портер М.Е. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран / М.Е. Портер. — М.: «МЭО». — 1993. — 896 с.
9. Николаев М.В. Организационно — экономические формы межрегиональной интеграции в условиях глобализации / М.В. Николаев. — СПб.: СПб ГИЭУ, 2004. — С. 87 – 95.
10. Цихан Т.В. Кластерная теория экономического развития / Т.В. Цихан // Теория и практика управления. — 2003. — №5 [Электронный ресурс]. — Режим доступа до статті: http://www.subcontract.ru/Docum/DocumShow_DocumID_168.html.
11. Кузнецов А. Превратим долги в капитал / А. Кузнецов // Эксперт. — 1999. — №9. — С. 20 – 21.
12. Metinvest Annual Report 2008 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.metinvestholding.com/common/repository/MIH_Site/Downloads/Annual_Reports/Metinvest_AR09_web.pdf.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 336.763.3

О.А. Баталова
Національний університет
харчових технологій

КОРПОРАТИВНІ ТА КОНВЕРТОВАНІ ОБЛІГАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ — ЯК ЗАСІБ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

Внаслідок негативного впливу фінансової економічної кризи на господарську діяльність підприємств, в країнах з ринковою економікою використовують такий потужний інструмент залучення додаткових коштів — як корпоративні та конвертовані облигації.

Ключові слова: корпоративні облигації, конвертовані облигації, інвестиції, емісія, підприємство-емітент

As a result of negative influence of financial economic crisis on economic activity of enterprises, in countries with a market economy use such powerful instrument of bringing in of additional money — as corporate and converted bonds.

Key words: corporate bonds, converted bonds, investments, emission, enterprise-issuer

На сьогоднішній день, враховуючи певні прогалини в законодавчому полі стосовно засобів залучення фінансових коштів, більш доцільно використовувати такі інструменти фондового ринку, як корпоративні та конвертовані облигації, оскільки вони мають ряд значних переваг в порівнянні з акціями та інвестиційними сертифікатами.

Метою статті є дослідження корпоративних та конвертованих облигацій — як засобу залучення інвестицій на підприємства та з'ясування переваг використання такого потужного інструменту фондового ринку.

Найважливішим джерелом залучення фінансових ресурсів на ринку цінних паперів виступають такі види цінних паперів, як акції, облигації підприємств та інвестиційні сертифікати.

Одним із видів інвестування підприємства через випуск цінних паперів є випуск корпоративних та конвертованих облигацій. Облигації підприємств можуть випускати підприємства всіх передбачених законом України «Про цінні папери та фондовий ринок» форм власності, об'єднання підприємств, акціонерні та інші товариства. Власники таких облигацій хоча не мають права на участь в управлінні підприємством, мають ряд безперечних переваг перед держателями акцій.

Сьогодні, на кредитному ринку, відсоткові ставки по депозитах в гривнях дуже малі (9 % — 12 % річних), тоді як в період фінансової кризи комерційні банки пропонували до 26 %. Оскільки на руках у населення зосереджені значні фінансові кошти, які можна залучити на підприємства у вигляді облигаційного займу і запропонувати найбільш вигідні умови вкладення коштів у такий спосіб. Підприємства-емітенти повинні провадити в цьому напрямку колосальну роботу, оскільки необхідно показати значні переваги залучення коштів за допомогою інструментів фондового ринку, а саме облигацій в порівнянні з банківськими депозитами. Сьогодні, в складних умовах господарювання, недовіри населення до банківської системи (незначна відсоткова ставка, ризик часткової або повної втрати грошових коштів та інше), емітенти все більше звертаються до такого привабливого інструменту фінансування — як облигаційний займ.

Протягом 2009 року Державною Комісією з цінних паперів та фондового ринку України було зареєстровано 240 випусків облигацій підприємств на суму 10,11 млрд. грн. Порівняно з 2008 роком обсяг зареєстрованих випусків облигацій підприємств зменшився на 21,24 млрд грн. На відміну від минулих років (з 2005 – 2009 рр. най-

більший обсяг випущених облігацій підприємств припадає на 2007 рік — 44,48 млрд грн), у 2009 році спостерігалась відсутність зацікавленості з боку підприємств, комерційних банків та страхових компаній до залучення коштів шляхом випуску боргових зобов'язань.[2]

На зниження обсягів випуску боргових зобов'язань, на жаль, вплинула світова економічна криза 2008 року. Але не зважаючи на це, з 2011 року фінансові аналітики прогнозують нарощування обсягів випуску корпоративних облігацій, оскільки банки втратили довіру з боку емітентів і суб'єкти господарювання починають мобілізувати цей потужний інструмент залучення коштів.

Але не тільки економічна криза негативно вплинула на зниження емісійної діяльності підприємств. Зниженню обсягів випусків корпоративних облігацій сприяло чимало факторів.

По-перше, як зазначається вище негативний вплив світової фінансово-економічної кризи, та несприятливі макроекономічні показники. Головне — це, безумовно, збільшення темпів інфляції та, у результаті, подорожчання вартості позикових коштів. Залучення підприємствами капіталу під 15–18 % річних, нечуване ще кілька років тому, тепер стало нереально.

По-друге, значний відток грошової маси на фоні нестабільного курсу \$/грн. (у 2008 році курс долара до гривні збільшився майже у двічі) та падіння довіри до вітчизняних банків, оскільки саме через недосконалу банківську систему була спричинена фінансова криза і як наслідок ми маємо значне скорочення бази поточних та депозитних рахунків комерційних банків. Банківська система стурбована такою негативною тенденцією та вишукує нові інструменти збільшення вкладень, оскільки вони і є основними локомотивами на ринку корпоративних облігацій.

По-третє, існуючі законодавчі обмеження, такі як дуже ускладнене долучення до більш дешевих іноземних кредитів, не кажучи вже про публічне залучення коштів на західних фондових ринках, також не сприяють розвитку вітчизняного ринку капітальних запозичень через корпоративні облігації.

Розглянемо переваги та недоліки залучення грошових коштів для емітента облігацій, оскільки таке залучення можна розглядати як з погляду альтернативного банківського кредиту, так і за ознаками відмінностей пайового та боргового капіталів.

Переваги:

більш дешеві ресурси, оскільки ставки залучення є посередені спреду між банківськими депозитами та кредитами і з розвитком ринку наблизатимуться до ставок по депозитах;

заборгованість диверсифікується за рахунок долучення до більш широкого кола кредиторів/інвесторів;

більш довготермінові ресурси, а значить — і кращі інвестиційні можливості. Облігації з 2-3 річним терміном погашення вже з'являлись на ринку;

адаптація структури позики під індивідуальні фінансові потоки та більша фінансова незалежність у їх спрямуванні порівняно з кредитом;

значно пом'якшені вимоги до забезпечення при гарантованому розміщенні; отримання грошей без змін структури свого акціонерного капіталу, а значить і без поступок у правах власності на свою компанію, якщо порівнювати до випуску акцій;

можливість хеджування фінансових ризиків, а також зниження вартості обслуговування боргу через можливість дострокового викупу;

і нарешті — створення кредитної історії та рейтингу на публічному ринку капіталів та зростання іміджу компанії через вдалі розміщення та погашення облігацій, а відтак і можливість більш дешевих запозичень у майбутньому.

Але існують також недоліки:

ризики неповного розміщення на первинному ринку і внаслідок цього неможливість втілити розрахований інвестиційний проект;

у випадку труднощів з погашенням домовитись з великим колом кредиторів важче, ніж зі своїм банком, де отримано кредит;

фіксовані накладні витрати на підготовку та рекламу роблять непривабливими невеликі випуски облігацій;

і нарешті — необхідність повертати борги, якщо ми залучили капітал не через випуск акцій або не конвертуємо його в акції.

На жаль, на сьогоднішній день, є багато перепон для розвитку ринку облігацій як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру. Це і оподаткування фізичних осіб за отриманими доходами по облігаціях у джерела виплат. І славнозвісні законодавчі 25 % від уставного капіталу для акціонерних товариств як сумний наслідок соціалістичної системи господарювання. Зростання простроченої заборгованості українських підприємств у цілому відбивається на малій кількості якісних емітентів, що можуть показати зовнішнім кредиторам спроможність платити за боргами. Потенційний інвестор не може вчасно зорієнтуватися також і через відсутність публічної кредитної історії українських підприємств, не кажучи вже про рейтингові агенції та рейтинги для емітентів. А ще — через недосконалі вимоги по забезпеченню облігацій як таких. Суб'єктивним стримувавцем є слабка обізнаність менеджменту потенційного емітенту. Адже 68 % потреб діяльності підприємств фінансується за їх власний кошт чи за рахунок бюджету. Ми ще не звикли і не бачимо переваг фінансуватися в борг. Але хотілося б визначити, якими є реалії українського ринку облігаційних запозичень сьогодні.

Все ж таки, ми повинні констатувати той факт, що переваг значно більше ніж недоліків при залученні інвестицій шляхом випуску облігацій. Основною перевагою інвестування через випуск облігацій перед банківським кредитом є те, що залучені через випуск облігацій кошти не обкладають податком на прибуток, емітент сам встановлює розмір і строк цього кредиту і розмір плати інвестору за користування його коштами. На відміну від інвестування за рахунок випуску акцій, коли кошти і інші цінності, внесені як оплата за акції, не повертаються інвестору, інвестування за рахунок випуску облігацій підприємств передбачає обов'язкове повернення власнику облігації номінальної вартості цього цінного паперу в передбачений строк з виплатою фіксованого відсотка.

Розглянемо альтернативний спосіб залучення додаткових коштів — випуск конвертованих облігацій. Визначення поняття «конвертована облігація» в українському законодавстві ми не знаходимо. У ст. 7 Закону України «Про цінні папери та фондовий ринок» наведено лише визначення поняття «облігація». Облігація — цінний папір, що посвідчує внесення його власником грошей, визначає відносини позики між власником облігації та емітентом, підтверджує зобов'язання емітента повернути власникові облігації її номінальну вартість у передбачений умовами розміщення облігацій строк та виплатити дохід за облігацією, якщо інше не передбачено умовами розміщення.[1]

Конвертована облігація є одним з різновидів облігацій, якому необхідно приділяти особливу увагу, адже досвід інших країн свідчить, що такі цінні папери є досить популярними й привабливими для інвесторів. Так, Дойчебанк вже давно практикує випуск конвертованих облігацій строком на десять років.

Що ж являє собою конвертована облігація? Конвертована облігація — облігація, яка надає інвестору право вибору розглядати даний цінний папір як чисту облігацію із закладеною у її умовах доходністю або за досягнення обумовленого терміну конвертувати її у певну кількість акцій (звичайних).

Іншими словами, конвертовану облігацію можна розглядати як звичайну облігацію з можливістю її безоплатної заміни на раніше визначену кількість акцій (у випадку з корпоративними облігаціями) або на еквівалентну кількість інших облігацій (у випадку з державними облігаціями). Слід зауважити, що це право або можливість не можуть бути використані компанією-емітентом і конвертація може бути проведена компанією-емітентом лише на прохання власника облігацій.

Найбільшими емітентами конвертованих облігацій є японські корпорації, які випускають облігації у доларах з конвертацією в акції у єнах.

Розглянемо детальніше, які переваги і недоліки мають конвертовані облігації як для підприємств-емітентів, так і для інвесторів. Однією з найпривабливіших і важливих рис конвертованих облігацій є те, що вони поєднують у собі найкращі характеристики двох основних типів цінних паперів, надаючи інвесторам поряд з потенціалом зростання, притаманним акціям, захист від ризику падіння вартості.

Сьогодні інвестувати в ці «гібриди» стало простіше, ніж будь-коли. На Заході, зокрема, різкий зліт технологічного сектору сприяв значному збільшенню обсягів емісії конвертованих облігацій, які раніше недооцінювалися або взагалі не помічалися інвесторами. Багато невеличких компаній, які належать до технологічного і телекомунікаційного секторів, скориставшись зростанням своєї галузі, почали пропонувати на ринок велику кількість конвертованих облігацій. Статистика свідчить: більше половини конвертованих облігацій, що з'явилися протягом останніх п'яти років, були випущені саме технологічними та телекомунікаційними компаніями. Подібні компанії, відчувачи потребу у грошових коштах для розширення бізнесу, або не можуть отримати їх на ринку акцій, або не бажають зменшувати вартість своїх акцій, збільшуючи їх кількість. В той самий час вони не можуть сплачувати у повному розмірі відсотки за борговими зобов'язаннями. Конвертовані облігації, які поєднують характерні риси акцій та облігацій, є у такому випадку найбільш зручним фінансовим інструментом.

Конвертовані облігації привабливий інструмент залучення додаткових коштів не тільки для підприємств-емітентів, а також для інвесторів, оскільки по них виплачуються більш високі відсотки, ніж по звичайних корпоративних облігаціях, крім того їх власники можуть отримати певний виграш у разі конвертації в акції. До того ж, навіть у періоди спаду інвестори будуть отримувати відсотковий дохід, який забезпечує певний прибуток на основну суму капіталовкладень.

На жаль, на сьогоднішній день, більшість інвесторів все ж таки не приділяють належної уваги та не використовують в повному обсязі такий привабливий інструмент фінансування підприємств як конвертовані облігації. Однак конвертовані цінні папери можуть бути значно менш ризикованим ніж акції засобом інвестування у різноманітні компанії, які мають значні перспективи розвитку, але не зовсім високі фінансові показники своєї діяльності.

Нами пропонується залучати додаткові кошти на підприємство та збільшувати статутний капітал за допомогою емісії цінних паперів, які згодом можна конвертувати в акції. Конвертовані облігації належать до таких цінних паперів. Конвертовані облігації — це іменні облігації, умовами випуску яких передбачена можливість їх обміну на звичайні акції підприємства. У разі конверсії відбувається трансформація позичкового капіталу у власний. Капіталодавці зі статусу кредиторів переходять у статус власників.

Рішення про випуск облігацій цього типу приймається в такому ж порядку, як і рішення щодо випуску акцій. На відміну від інших видів облігацій, курс емісії конвертованих облігацій може бути не меншим 100 %, тобто не меншим за номінал. У повідомленні про емісію конвертованих облігацій, окрім номінального курсу, процентної ставки, строків обігу, слід зазначити:

переважні права на придбання облігацій (захист проти «розмивання» власного капіталу);

пропорції обміну (коефіцієнт конверсії);

строки конверсії;

необхідність, порядок і розмір доплат;

зауваження щодо захисту прав держателів облігацій.

Оскільки збільшення капіталу на основі обміну облігацій на акції призводить до змін курсу акцій та «розмивання» прав акціонерів, вони мають переважні права

на купівлю конверсійних облігацій такі самі, як і на купівлю нових акцій. Переважні права визначаються відношенням статутного капіталу до загальної номінальної вартості емітованих облігацій. Наприклад, якщо статутний капітал підприємства — 1800 тис. грн, а загальна номінальна вартість облігацій — 300 тис. грн, то переважні права становитимуть 6 : 1 (1800 / 300). Це означає, що акціонер, який володіє акціями номінальною вартістю 600 грн, може придбати облігації номінальною вартістю 100 грн. Якщо ж акціонер бажає придбати більше облігацій або ж взагалі не хоче скористатися своїми переважними правами, то діє порядок, аналогічний тому, який використовується при характеристиці переважних прав на придбання нових акцій [3].

Поряд із захистом прав акціонерів умовами емісії конвертованих облігацій повинні бути також передбачені механізми захисту прав держателів облігацій. З метою недопущення знецінення права на конверсію внаслідок позапланових емісій акцій за низьким курсом, збільшення статутного капіталу за рахунок реінвестицій чи надмірних виплат дивідендів протягом строку обігу конвертованих облігацій, умовами емісії останніх можуть передбачатися певні захисні застереження. До застережень, які широко використовуються на практиці, можна віднести зменшення рівня планових доплат при конверсії на величину переважних прав — у разі проміжної емісії акцій за курсом, нижчим за ринковий. Окрім цього, може бути передбачено надання держателям облігацій переважних прав на рівні з іншими акціонерами.

Випуск конвертованих облігацій економічно виправданий у таких випадках: коли ставки на кредитному ринку є досить високими; курс акцій через низьку прибутковість має тенденцію до зниження; прогнози щодо майбутніх перспектив діяльності підприємства є не досить виразними.

За таких обставин проблематичним є як випуск акцій, так і емісія звичайних облігацій. Конвертовані облігації мають перевагу в тому, що проценти по них є нижчими, ніж середня процентна ставка на кредитному ринку. У такому разі інвестори дають згоду на одержання нижчого процента, властивого цим облігаціям, заради можливості обміняти їх на звичайні акції в майбутньому.[3]

Висновки. Розглянувши питання залучення додаткових коштів за допомогою корпоративних та конвертованих облігацій, можна з упевненістю сказати, що сьогодні, наслідок негативного впливу світової економічної кризи на фінансову діяльність підприємств, альтернативним та найбільш доступним джерелом інвестицій є корпоративні та конвертовані облігації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» від 23 лютого 2006 року № 3480-IV;
2. Звіт Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2009 рік.
3. Милейко Я., Поплюйко А. Конвертовані облігації.//Цінні папери України, № 40, 2001 р.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 368.021

О.А. Гнатенко
Національний університет
харчових технологій

АКТУАРНІ РОЗРАХУНКИ — ОСНОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ СТРАХОВОЇ КОМПАНІЇ

Розглянуто історичні передумови виникнення актуарних розрахунків, їх особливості розвитку на ринку страхових послуг в Україні. Висвітлено основні проблемні питання актуарної справи в Україні. Запропоновано створити національну систему підготовки і сертифікації актуаріїв України, що відповідатиме по якості міжнародним вимогам.

Ключові слова: актуарні розрахунки, актуарії, страхові послуги, страхові компанії, страхування життя.

Historical pre-conditions of origin of actuarial calculations, their feature of development at the market of insurance services are considered in Ukraine. The basic problem questions of actuaries of Ukraine are reflected and it is suggested to build the national system of preparation and certification of actuaries of Ukraine which will answer international requirements for qualities.

Key words: actuarial calculations, actuaries, insurance services, insurance companies, life-insurances.

Страхування на сьогоднішній день є основою цивілізованих взаємовідносин у всіх площинах сучасного життя, а вартість послуг, що надаються страховиком страхувальникові, визначається за допомогою актуарних розрахунків.

Дослідженням встановлено, що актуарна справа в Україні перебуває в незадовільному стані. В той же час основою актуарних розрахунків є страховий тариф, який визначає фінансову стійкість страховиків. Саме він формує страховий фонд для здійснення страхових виплат, який має обмежені джерела свого створення, забезпечує відшкодування витрат на фінансування превентивних заходів, на ведення страхової справи та отримання прибутку страховиком.

Питанням актуарної математики займалися такі відомі зарубіжні та вітчизняні учені, як Д. Бланд, К. Бурроу, Х. Гербер, К. Дейкін, І. Каррі, Т. Пентикайнен, М. Песонен, Д.Д. Хемптон, Л.І. Рейтман, В.В. Шахова, Ю.С. Бугаєва, В.Н. Баскакова, А.Є. Васіна, Н.Ф. Галагузи, В.А. Королькевич, Б.В. Кутукова, Н.А. Левант, А.П. Плешкова, Ю.Б. Рубіна, В.І. Рябікіна, В.А. Сухова, Г.І. Фаліна, Т.А. Федорова, Р.Т. Юлдашева та ін.

Варто відмітити, що не дивлячись на наявність літератури по окремим питанням актуарної науки, в Україні перед актуарною справою є надзвичайно багато завдань. Серед них, насамперед, необхідно відзначити: забезпечення діяльності на законодавчому рівні, підготовка кваліфікованих сертифікованих кадрів, державна підтримка розвитку, міжнародне визнання, підвищення культури ринкових відносин.

Метою статті є розкриття природи виникнення актуарних розрахунків у світі та розглянути проблеми їх розвитку в Україні. Методологічну основу дослідження складають принципи, прийоми та методи наукового дослідження: історико-логічний, діалектичний, синтетичний та ін.

Досягнення людства у різних сферах суспільних відносин, а також науки і техніки зумовлюють виникнення нових форм діяльності. Одночасно з стрімким розвитком економіки, розвивається і страхування, як її невід'ємна складова. Адже будь-який вид бізнесу пов'язаний з ризиками. А страхова справа покликана саме для захисту від них. Виникнення страхування почалося одночасно з становленням торгово-економічних відносин і їх розвиток несе за собою і розвиток страхової справи.

© О.А. Гнатенко, 2011

Комерціалізація страхування стала причиною виникнення та розвитку актуарних розрахунків. Все почалося зі страхування життя.

В Англії в 1706 р. виникло перше товариство страхування життя — «Емікебл». З часом страхових товариств, що надавали послуги по страхуванню життя, ставало дедалі більше, вони з'являлися і в інших країнах, хоча і пізніше. У Франції перше компанія з'явилася в 1829 р., в Німеччині — в 1827 р., в США — в 1830 р. До кінця XIX століття операції страхування життя набули поширення у всіх розвинених капіталістичних державах.

Проте математика особистого страхування була ще слабо розвинена. Система тарифних ставок була простою і не диференціювалася по віку.

Значний прогрес в розвитку страхування життя був досягнутий в діяльності іншої страхової компанії І «Еквітебл». Вперше почали використовуватися таблиці смертності, тарифні ставки диференціювалися по віку. Діяльність «Еквітебла» була вельми успішною, що стимулювало появу нових страхових компаній.

В умовах капіталістичного виробництва страхування стає товаром. Це означає, що страхові операції повинні приносити прибуток. В той же час страхові тарифи повинні бути максимально низькими, щоб привернути якомога більше страхувальників. Тому виникає необхідність в забезпеченні фінансової стійкості страхових операцій. На допомогу страховиків приходять статистика і математика.

Статистика виникла в школі «політичних арифметик» Вільяма Петті, основоположника політичної економії. Його школа розділилася на два напрями — економічну і демографічну статистику. Остання почала застосовуватися в страхуванні життя.

Основоположником актуарних розрахунків був Джон Граунт. Відзначимо, що актуарні розрахунки — це система математичних і статистичних методів, за допомогою якої визначаються фінансові взаємини страховика і страхувальника по довгостроковому страхуванню життя.

У 1662 р. Д.Граунт опублікував роботу «Природні і політичні спостереження, зроблені над бюлетенями смертності», якій і поклав початок актуарним розрахункам. Він першим побудував таблицю смертності, яка є відправною точкою при побудові тарифів в страхуванні життя

Продовжив роботу над теорією актуарних розрахунків англійський астроном Едмунд Галлей. Він дав визначення основних показників таблиці смертності, обчислив вірогідність дожити і померти для своїх сучасників, ввів в науку поняття середньої тривалості майбутнього життя, сформулював методику регулювання тарифів в страхуванні життя за допомогою таблиці смертності. «Батько» актуарної науки ввів поняття норми відсотка або норми зростання грошей в страхуванні. Форма таблиці смертності Галлея і принципи її побудови вживаються до сьогодні.

З часом теорія актуарних розрахунків просуvalася все глибше. Внесок до її розвитку внесли такі учені, як Абрам де Муавр (Англія), Антуан Депарсьє (Франція), Томас Симпсон (Англія). До кінця XVII — початку XVIII ст. були визначені основні положення теорії вірогідності і накопичилися статистичні дані про смертність населення. Таким чином, страхування життя отримало наукову базу. З часом страхові компанії самостійно накопичували статистичний матеріал, за допомогою якого уточнювалися тарифи по страхуванню життя і удосконалювалася техніка актуарних розрахунків.

В Лондоні 18 червня 1583 року був зафіксований перший в світі задокументований випадок страхування життя. Людині, якій було надано послугу по страхуванні життя звали У. Гиббонс, страхова сума була визначена у сумі 383 фунтів.

В Україні актуарна математика існувала до 1917 року. Проте із запровадженням державної монополії на страхові послуги потреба в актуарних розрахунках зникла. Відродження розпочалося після набуття Україною незалежності. А саме перші актуарії

в Україні з'явилися у 1999 році після проведення у Києві 2-річних курсів післядипломної освіти для актуаріїв, організованих Британським Інститутом Актуаріїв (BIOA) за підтримки Know How Fund. [9]

Проведенню таких курсів передувало прийняття у 1996 році закону України «Про страхування», в якому було зазначено, що страхові тарифи повинні розраховуватись актуарно, при цьому актуарними розрахунками можуть займатися особи, що мають відповідну кваліфікацію.

По завершенню 2-річних курсів за результатами проведених іспитів 44 особи отримали свідоцтво, яке надає право проводити та посвідчувати актуарні розрахунки страхових тарифів за всіма видами страхування, окрім страхування життя, 27 з яких — за всіма видами без обмежень.

На сьогоднішній день в Україні найбільшого визнання професія актуарія здобула у таких галузях як страхування життя, загальне страхування, інвестиції та пенсії. Серед членів ТАУ (Товариство актуарних розрахунків) більше 40% працює в сфері страхування життя, у сфері ризикового страхування — близько 35%.

Якщо в перші роки відродження страхового бізнесу в Україні західне слово “actuary” можна було почути вкрай нечасто, тарифи і резерви в компаніях розраховувались на око, і, як правило, бухгалтерією, то тепер ситуація зовсім інша. У страхових компаніях з'явилася посада “актуарій”, а лідери ринку вже можуть дозволити собі утримувати центри актуарних розрахунків.

Нині до актуаріїв зараховують тих, хто пройшов необхідну підготовку. Актуарій повинен акумулювати в собі математичну освіту і методи моделювання, вміння розраховувати ризики і мати знання в галузях економіки, бути обізнаним із законодавством та інформаційними системами. Набір цих якостей робить актуаріїв унікальними професіоналами з фінансової безпеки та дає їм змогу проводити адекватну актуарну експертизу.

Останнім часом ризикові види страхування починають відігравати все більш значну роль на страховому ринку, вимагаючи від актуарія вдосконалення навичок обробки та аналізу страхової статистичної інформації. Незважаючи на високий рівень загальної математичної освіти в Україні, для розв'язку практичних задач ризикової математики їм необхідна ґрунтовна спеціалізована підготовка. Перед актуаріями постають задачі підготовки аналітичної інформації для прийняття рішень при [9]:

формуванні страхових тарифів та визначенні платіжних внесків за страхові послуги;

оцінюванні та формуванні оптимального складу страхового портфеля;

аналізі грошових потоків та моделюванні активів та зобов'язань для визначення інвестиційної стратегії, розподілі капіталу та інвестиційного прибутку по різних класах бізнесу і визначенні прибутковості капіталу;

прогнозуванні фінансово-економічних показників страхової діяльності компанії та оцінці рівня страхових резервів, які забезпечують потрібний рівень надійності для виконання прийнятих компанією страхових зобов'язань;

виборі структури та оптимізації параметрів перестраховального захисту страхового портфеля; розрахунку фінансово-економічних показників перестраховального захисту (в тому числі сплата за перестраховальні послуги).

В сучасному світі актуаріїв України виникає низка питань, які потребують відповідей. Розглянемо важливі питання більш детально. По-перше, чим відрізняється робота українського актуарія від європейського?

На сьогодні офіційна роль актуарія, згідно українським нормативним актам — це тільки розрахунок частини показників, що стосуються формування та інвестування резервів, в щоквартальному звіті страховика для компаній страхування життя, а також підписання розміру тарифів для ризикових СК і методик розрахунку тарифів

для лайфових компаній. При цьому очікування від результатів роботи актуарія у нас такі ж, як на Заході — думка актуарія в деякій мірі є гарантом платоспроможності компанії. У страхуванні життя актуарій на ділі відповідає за те, що компанія не занижує в балансі свої зобов'язання перед клієнтами, хоча, наприклад, у Великобританії актуарій відповідає, зокрема, і за якість тих, що покривають такі зобов'язання активів.

Проте в ризиковому страхуванні законодавством актуарію відведена незначна роль, що не дає йому практично ніякої можливості побачити і просигналізувати про небезпеку, що насувається. Звичайно, багато компаній розуміють, що правильні, з математичної точки зору, конструкція продукту, розрахунок тарифів і резервів, відстежування актуарного прибутку або збитку, аналіз причин їх виникнення, стрес-тестування — це фундамент життєздатності страхового бізнесу. Такі компанії використовують набагато ширший, ніж встановлений законом, спектр послуг актуаріїв, в основному своїх співробітників, іноді — консультантів. Але у такому разі відповідальність за остаточні дії несе менеджмент компанії — він вільний як прислухатися до актуарія, так і просто «взяти до відома» розрахунки і висновки страхового математика, а діяти, виходячи з поточної «бізнес-необхідності», що часто на ділі і трапляється.» [1]

Незадовільними є також кваліфікаційні вимоги до вітчизняних актуаріїв, що мають право підтверджувати резерви компаній, закріплені в нормативах Держфінпослуг, є зіставними з міжнародними вимогами. Вони не можуть конкурувати з міжнародними через свою заниженість.

Порівняємо наші вимоги з кваліфікаційними вимогами британської актуарної професії. Українське свідоцтво на право виконувати і підтверджувати актуарні розрахунки, «право підпису», вимагає, крім трирічного досвіду роботи і знання українського законодавства, лише складання чотирьох іспитів технічної серії СТ для тимчасового свідоцтва на три роки і восьми іспитів цієї серії для безстрокового свідоцтва. При цьому вимоги до повної кваліфікації в Британії — це вже 14 іспитів. Відповідно, наші чотири іспити можна віднести лише до неофіційного статусу *part-qualified* (використовується претендентами і рекрутерами при пошуку роботи), а наші вісім іспитів майже відповідають рівню британського «Диплома по актуарній техніці», що також вельми далеко від повної кваліфікації [1].

Висновки. Отже, страховий ринок України потребує нової якості роботи актуаріїв. Актуарії повинні володіти ефективною методологічною базою розрахунків, керуватися жорсткими професійними стандартами, дотримуватись професійної етики. Виконання цих умов забезпечує страховій компанії гарантії безпеки в площині стабільності та достатності обсягів страхових резервів і отримання додаткової вартості.

Об'єктивний позитивний висновок дає правильні сигнали всім користувачам такого звіту: менеджмент отримує сигнал, що він вибрав правильну стратегію, і це допомагає йому вибрати коректні подальші кроки; акціонери розуміють, що бізнес розвивається правильним шляхом, і швидше ухвалюють рішення про подальший його розвиток; клієнти отримують додаткове підтвердження в надійності компанії і — ймовірно — продовжать довіряти їй свої засоби; а регулятор отримує упевненість у відсутності проблем.

Аналогічну цінність має і об'єктивний негативний висновок, оскільки у всіх сторін є можливість ухвалити своєчасні зважені рішення для виправлення ситуації. Природно, ринок потребує цього додаткового ступеня упевненості. А отримати її можливо тільки при глибокому перегляді підходів до актуарної діяльності в Україні, доданні їй так званої нової якості.

Тому слід будувати в Україні національну систему підготовки і сертифікації актуаріїв, що відповідатиме по якості міжнародним вимогам.

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрощук Т. Немає конфлікту старих і нових актуаріїв [Електронний ресурс] / Т. Андрощук // Щоденна газета «Економічні відомості». — 2011.— Режим доступу до газети : <http://finance.eizvestia.com/full/4191372>
2. Говорущко Т.А. Страхові послуги. 2-е видання перероблене та доповнене: Навч. пос. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 344 с.
3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про страхування» від 04.10.2001р. № 2745 –III.
4. Інформаційне видання Актуарного Навчально-Інформаційного центру УАТ. — Львів, 2004.
5. Корнилов Игорь Алексеевич. Методология статистических и актуарных исследований в страховании жизни : Дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.11 : Москва, 2000 389 с. РГБ ОД, 71:01-8/241-4
6. Королев В., Соколов И., Гордеев А., Григорьева М. и др. Некоторые методы прогнозирования временных характеристик рисков, связанных с катастрофическими событиями // Актуарий. — 2007. — № 1.
7. Кудрявцев А.А.; Актуарная математика: Оценка обязательств компании страхования. Учебная помощь. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2005. — 240 с.
8. Клапків М. Актуарій: професія і посада. Історичні витоки та шляхи становлення // Україна-Business. –1997. — № 8. — С. 226–231.
9. ТАУ. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://actuary.in.ua/ua/information/base/>
10. Шегда А.В., Голованенко М.В. Ризики в підприємстві: оцінювання та управління: навч. посіб. / А.В. Шегда, М.В. Голованенко: за ред. А.В. Шегди. — К.: Знання, 2008. — 271 с.

gnatenko_elena@ukr.net

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 657.44

**Л.М. Духновська,
О.В. Рябенко**
Національний університет
харчових технологій

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ

У статті досліджено переваги та недоліки формування доходів витрат та амортизаційних врахувань після прийняття Податкового кодексу. Визначено перспективи змін податкового навантаження платників податку.

Ключові слова: податковий кодекс, податки, бухгалтерський облік, доходи, витрати, нормативні документи.

In the article investigational advantages and lacks of forming of profits, charges and depreciation відрахувань після acceptance of the Internal revenue code. Certainly prospects of changes of the tax loading of payers of tax.

Key words: internal revenue code, taxes, record-keeping, profits, charges, normative documents.

Фінансова криза, яка охопила економіки багатьох держав світу та негативно позначилася на економічних процесах в Україні, оголила низку суттєвих проблем, серед яких поряд з проблемами дефіциту державних ресурсів нагальною є здійснення економічних реформ, зокрема реформування податкової системи.

Першочерговим завданням у сфері оподаткування стали поліпшення адміністрування платежів, недопущення утворення та приросту недостач, встановлення прозорих правил нарахування, декларування і сплати податків, а також запровадження ефективної ставки в оподаткуванні бізнесу, в тому числі у сфері передових технологій, енергозбереженні та залученні інвестицій.

На основі визначення особливостей окремих статей Податкового кодексу запропонувати напрями вдосконалення податкового обліку у системі бухгалтерського обліку, який ведеться згідно із Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» і національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку.

З прийняттям Податкового кодексу відбулися значні зміни в формуванні доходів, витрат і амортизації, які необхідно врахувати в обліку при визначенні сум податку на прибуток. Важливе значення має дослідження методики розрахунку окремих його показників.

Значна частина нормативів має суттєві відмінності, які визначають відмінності в методиках бухгалтерського і податкового обліку, потребують відповідного узгодження у формуванні окремих показників податкової та фінансової звітності, а також особливих методів ведення бухгалтерського обліку.

Доходи і витрати, які враховуються для визначення об'єкта оподаткування, визначаються на основі первинних документів, обов'язковість ведення і зберігання яких передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку та інших документів, встановлених розділом II Податкового кодексу. [1]

Відповідно до нових податкових правил доходи і витрати повинні визнаватися (відображатися) в податковому обліку за методом нарахування, який в основному відповідає бухгалтерському обліку. Витрати, що формують собівартість реалізованих товарів (робіт, послуг), визнаються витратами того звітного періоду, в якому визнано доходи від реалізації таких товарів (робіт, послуг). Датою отримання інших доходів є дата їх виникнення згідно з положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку,

© Л.М. Духновська, О.В. Рябенко, 2011

якщо інше не передбачено нормами Кодексу. Датою отримання доходів від продажу іноземної валюти є дата переходу права власності на іноземну валюту. Інші витрати визнаються витратами того звітного періоду, в якому вони були здійснені.

Відображення доходів і витрат у податковому обліку безпосередньо залежить від їх податкової класифікації, тобто від того, відносяться вони до операційної діяльності чи до інших доходів і витрат. Доходи від операційної діяльності визнаються за датою переходу права власності на товари і за датою складання документа, що підтверджує факт надання робіт і послуг. До складу доходів належить дохід від реалізації необоротних матеріальних активів незалежно від групи об'єктів.

Вибуття запасів оцінюють за методами, встановленими відповідним положенням (стандартом) бухгалтерського обліку.

Витрати операційної діяльності (податкова собівартість товарів, робіт, послуг) визнаються в періоді визнання доходів. До складу інших витрат включають загальновиробничі витрати, адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати, фінансові витрати, інші витрати звичайної діяльності, інші витрати господарської діяльності, до яких Кодексом прямо не встановлено обмежень щодо віднесення до складу витрат.

Не зовсім зрозуміла позиція щодо особливостей податкового обліку окремих витрат у реалізованій продукції, які повністю або частково не відповідають нормативам фінансового обліку. Принципово тут важливе те, що згідно з пп. 138.1.1 Кодексу до витрат податкового обліку відносять відповідно до нормативів бухгалтерського обліку витрати в собівартості реалізованої продукції, а розбіжності передбачено в обліку витрат виробництва. Проте витрати виробництва не є собівартістю реалізованої продукції, тому необхідно встановити методику правильного впливу на фінансовий результат відповідних витрат: чи коригувати в податковому обліку витрати відразу після їх виникнення, чи коригувати собівартість реалізації продукції при її відвантаженні. Слід урахувати, що такі витрати в бухгалтерському обліку на кінець звітного періоду можуть бути у складі незавершеного виробництва і готової продукції або в собівартості реалізованої продукції.

Не включають до складу витрат у податковому обліку витрати на організацію та проведення прийомів, презентацій, свят, на розваги та відпочинок; витрати на придбання та розповсюдження подарунків; витрати, понесені у зв'язку із придбанням товарів (робіт, послуг) та інших матеріальних і нематеріальних активів у фізичної особи — підприємця, що сплачує єдиний податок.

У Кодексі використовується нове визначення основних засобів, яке більшою мірою відповідає визначенню у законі про прибуток, ніж те, яке використовується в бухгалтерському обліку; підкреслено зв'язок об'єктів з господарською діяльністю і збережено вартісне визначення (з 2012 р. об'єкти, вартість яких перевищує 2 500 грн. за одиницю) [2].

Відповідно до п. 6 підрозділу 4 розділу XX Кодексу необхідно вести пооб'єктний облік основних засобів. Для цього потрібно станом на 01.04.2011 р. провести їх інвентаризацію для визначення переліку об'єктів та їх вартості, яка підлягає амортизації в податковому обліку після набуття чинності розділу III Кодексу. Для податкового обліку треба сформувати групи, передбачені п. 145, і визначити строк корисного використання об'єктів з урахуванням дати їх введення в експлуатацію і мінімально дозволених строків, установлених цією статтею [2].

Кодекс дає змогу використовувати в податковому обліку бухгалтерські методи нарахування амортизації (хоча і з деякими обмеженнями для окремих груп).

Важливим є питання обліку витрат на поліпшення основних засобів. Як і раніше, за податковим законодавством ці витрати у межах 10% залишкової вартості об'єктів основних засобів на початок звітного року відносять до витрат операційної діяльності, а витрати понад цю межу амортизуються. Крім того, необхідно

враховувати, що за правилами бухгалтерського обліку витрати на поліпшення основних засобів по-різному відносяться на результати діяльності: витрати на ремонт — до поточних витрат діяльності, а витрати на модернізацію і реконструкцію об'єктів обліковуються у складі капітальних вкладень і при введенні в експлуатацію амортизуються.

Отже, частина витрат за нормативами Кодексу формується аналогічно нормативам бухгалтерського обліку, інша значна частина має суттєві відмінності від нормативів обліку.

Можливі невідповідності старих і нових правил оподаткування можна відображувати у вигляді доповнення до декларації. Відповідно до п. 46.4 таке доповнення вважатиметься невід'ємною частиною такої декларації. Потрібно лише письмово пояснити мотиви, які заставили платника податку подати додаток.

Все зазначене вище підтверджується п. 46.6 Податкового кодексу, де йдеться про те, що до затвердження нових форм декларацій діють старі форми. При цьому нові форми набувають чинності з податкового періоду, що настає за періодом їх оприлюднення.

Перехідні положення Податкового кодексу звільняють платників податку від відповідальності у вигляді штрафних санкцій у ситуації, коли при відсутності нормативно-правових актів під Кодекс платники податку керуватимуться подібними документами, які розроблені під старе законодавство.

Згідно Податкового кодексу звільняються від оподаткування податком на прибуток підприємства енергетичної галузі (у межах витрат, передбачених інвестиційними програмами, схвалених НКРЕ України, на капітальні вкладення з будівництва (реконструкції, модернізації) міждержавних, магістральних і розподільчих (локальних) електричних мереж та/або сум, спрямованих на повернення кредитів), які використані для фінансування наведених вище цілей.

За економічною сутністю в цій нормі передбачено механізм покриття витрат платника податку на придбання основних засобів для певної галузі за рахунок бюджетних коштів, отриманих таким платником податку внаслідок несплати ним до бюджету податку на прибуток. На наш погляд, цей підхід є необґрунтованим з таких причин: держава, придбаваючи основні засоби для прибуткової галузі, не визначає своєї частки в капіталі підприємства; держава по суті надає безкоштовний кредит нерезидентам у разі їх володіння прямо чи опосередковано підприємствами вказаної галузі; держава за рахунок загальносуспільних фондів задовольняє інтереси приватних осіб, а не суспільні інтереси.

Звільняється від оподаткування 50% прибутку, отриманого від здійснення енергоефективних заходів та реалізації енергоефективних проектів підприємств, що включені до Державного реєстру підприємств, установ і організацій, які здійснюють розроблення, впровадження та використання енергоефективних заходів та енергоефективних проектів [2].

На наш погляд, недоліком зазначених норм є те, що держава надає ці пільги підприємствам незалежно від форми власності (в тому числі засновниками яких є нерезиденти) та платоспроможності таких платників. До того ж, створюючи протягом 5 років активи, в тому числі недержавної форми власності, на таких підприємствах, держава по суті відмовляється від права володіння своєю часткою, що є нелогічним в умовах дефіциту державних ресурсів. Тому подібних преференцій для окремих платників слід уникати та дотримуватись основних принципів побудови системи оподаткування, зокрема принципу нейтральності, а саме встановлення податків та зборів у спосіб, який не впливає на збільшення або зменшення конкурентоспроможності платника податків. Податкові пільги, надані у спосіб, наведений вище, суперечать цим вимогам.

Крім наведених вище пільг, у положенні «Особливості справляння податку на прибуток підприємств» додатково встановлено пільги, а саме до 1 січня 2020 р. звільняється від оподаткування: прибуток виробництв біопалива, отриманий від його продажу; прибуток підприємств, отриманий ними від діяльності з одночасного виробництва електричної та теплової енергії та/або виробництва теплової енергії з використання біологічних видів палива; прибуток виробників техніки, обладнання, устаткування для виготовлення й реконструкції технічних і транспортних засобів, у тому числі самохідних сільськогосподарських машин та енергетичних установок, які споживають біологічні види палива, одержаний від продажу зазначеної техніки, обладнання та устаткування, що були вироблені на території України.

Основним недоліком цих норм, на нашу думку, є те, що вони складні в адмініструванні через недосконало виписані правила їх використання. Теплову та електричну енергію виробляють платоспроможні підприємства — монополісти на енергетичному ринку. Чому ж тоді за рахунок держави потрібно надавати таким підприємствам пільги, при цьому не визначаючи частки держави в активах таких підприємств?

Змінено порядок оподаткування дивідендів у бік розширення преференцій окремим платникам податку. Авансовий внесок з податку на прибуток не справляється у разі виплати дивідендів фізичним особам, власникам сертифікатів фонду операцій з нерухомістю, на користь власників корпоративних прав материнської компанії, якщо дивіденди не перевищують суму дивідендів, отриманих такою материнською компанією. Материнська компанія, користуючись зазначеною нормою може не утримувати авансові внески під час виплати дивідендів своїм засновникам, у тому числі фізичним особам, а також нерезидентам. Якщо ж юридична особа — резидент отримує дивіденди від нерезидентів, то вона їх включає в оподатковувані доходи. Якщо нерезидент відповідно перебуває під контролем резидента, то отримані від такого нерезидента дивіденди не є об'єктом оподаткування. Ця норма може призвести до витоку коштів з України.

Недосконалим залишається механізм урегулювання сумнівної заборгованості. Згідно Податкового Кодексу передбачено коригування доходів і витрат продавця та покупця у випадках затримки оплати відвантажених товарів (наданих послуг, виконаних робіт). Так, продавцю надано право (не обов'язок) у разі, якщо покупець без погодження з ним затримує оплату вартості відвантажених товарів (робіт, послуг), зменшити суму доходу звітного періоду в момент звернення до суду (тобто достатньо до суду написати лише претензію), або якщо за зверненням продавця нотаріус вчиняє виконавчий напис та, одночасно, скоригувати собівартість, тобто зменшити базу оподаткування звітного періоду.

У покупця виникає зобов'язання на коригування відповідних витрат лише у разі набуття законної сили рішення суду про визнання (стягнення) вказаної вище заборгованості чи її частини або в день вчинення нотаріусом виконавчого напису (стосується обмеженого кола операцій). У цьому випадку розрив між коригуванням доходів у продавця та витрат покупця може досягати рік і більше, тому з метою оподаткування такі операції можуть використовуватися в податковому плануванні, що призводить до втрат бюджетних надходжень.

Висновки: Податковим кодексом, передбачено механізм «автоматичного» відшкодування ПДВ з державного бюджету. Проте для того, щоб ним скористатися платник податків повинен відповідати деяким важливим критеріям. Тепер фактично всім підприємствам, які раніше відносили угоди з фізичними особами-підприємствами до валових витрат, буде нараховуватися на ці суми податок на прибуток.

Недоліком Податкового кодексу є те, що він не є завершеним документом. У ньому надто багато посилань на порядки, механізми, розміри величин, які мають

бути додатково встановлені. І не кодексом, а наказами Мінфіну, ДПАУ, постановами Кабміну тощо. Це дуже небезпечно, адже норма може не змінюватися, а зміниться порядок, і господарюючі суб'єкти потраплять у зовсім іншу ситуацію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» 996-XIV від 16.07.99. Цей Закон визначає правові засади регулювання, організації, ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності в Україні.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010р. №2755-VI.

3. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік. Оподаткування і звітність. Підручник. Київ — Алерта — 2006. — 310 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 338. 124. 4: 664

С.М. Еш*Національний університет
харчових технологій***МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
АНТИКРИЗОВОГО
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ
ПІДПРИЄМСТВ**

Розглянуто теоретичні засади методичного забезпечення антикризового управління фінансами підприємств, обґрунтовано проблеми формування антикризової програми, розроблені заходи її реалізації.

Ключові слова: антикризове управління, антикризова програма, методичне забезпечення, антикризовий процес.

Theoretical principle of anti-crisis management methodical maintenance financial enterprises are considerate, problems of anti-crisis program are grounded, measures of anti-crisis program are developed.

Key words: anti-crisis management, anti-crisis program, anti-crisis process.

При виборі антикризових заходів виникає проблема знаходження і розробки найбільш доцільних рішень із врахуванням наслідків уже перевірених практикою певних антикризових обґрунтувань. Єдиного показника (скаляра) тут бути не може, тому що існує багатокритеріальний вибір альтернатив антикризових заходів.

Проблема розробки антикризової програми підприємства, тобто визначення антикризових заходів, які необхідно здійснити, належить до слабкоструктурованих або неструктурованих проблем прийняття рішень.

Унікальність та нестандартність формування антикризової програми обумовлена тим, що реально існує досить широкий діапазон альтернатив, які являють собою складний об'єкт оцінювання. Прийняття рішення відбувається в умовах інформаційної невизначеності та високої ризикованості, зростаючого динамізму навколишнього середовища підприємства, збільшення взаємозв'язків і залежності між окремими заходами. При формуванні антикризової програми дуже важко, фактично неможливо, застосувати «класичні» математичні моделі, тому виникає потреба у розробці нового, адекватного методичного забезпечення.

Значний внесок у розробку теоретичного та практичного інструментарію антикризового управління підприємствами та іншими структурами внесли такі вчені, як Василенко В.О., Грязнова А.Г., Коротков Е.М., Кашкін В.І., Лігоненко Л.О., Мостенська Т.Л., Мартиненко В.П. та багато інших вітчизняних і зарубіжних вчених. В останні роки значна увага приділяється дослідженню антикризового фінансового управління, питаннями необхідності й доцільності розвитку якого займаються вітчизняні вчені Поддєрьогін А.М., Терещенко О.О., Салига С.Я. та інші.

Основною метою даної статті є виклад основних вимог до методичного забезпечення формування антикризової програми, розробка фінансових заходів щодо антикризового управління господарюючим суб'єктом. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд завдань, що стосуються сутності антикризової програми та її методичного забезпечення. В процесі підготовки статті використовувався діалектичний метод наукового дослідження.

Антикризова програма — це спеціальним чином підготовлений та розроблений внутрішній документ, у якому систематизовано викладається перелік основних заходів, що планується здійснити в межах підприємства, його структурних підрозділів та функціональних служб для досягнення поставленої мети — виведення підприємства з кризового стану. На її підставі у випадку необхідності деталізації розроблюється план реалізації антикризових заходів.

© С.М. Еш, 2011

Сучасний стан розробки методичного забезпечення діагностики кризового стану та загрози банкрутства характеризується різноманітністю підходів та інструментів проведення. Практично жодне дослідження зарубіжних і вітчизняних фахівців з антикризового управління не обходиться без викладення окремих методів, які можна використати для розробки заходів запобігання кризи [1; 4].

Методичне забезпечення антикризового управління фінансами підприємств — це сукупність різних методик діагностики кризових явищ господарюючих суб'єктів, направлених на запобігання криз, розробку пропозицій з антикризових заходів, використання яких дозволить відновити свою платоспроможність і вийти із кризового стану, а також домогтися фінансової стабільності й забезпечити довгострокову фінансову рівновагу. Класифікаційні ознаки систематизації методичного забезпечення антикризового управління уже розглядалися автором [3]. Важливими аспектами методичного забезпечення є експрес діагностика кризового стану, яка здійснюється на основі фінансового обліку за стандартними алгоритмами аналізу і фундаментальна діагностика банкрутства, в процесі проведення якої визначаються основні зовнішні фактори (рівень попиту, стабільність фінансового ринку, рівень безробіття, інфляція тощо) та внутрішні, пов'язані з операційною, інвестиційною й фінансовою діяльністю, які визначають використання коштів, ліквідність активів, дебіторську заборгованість, рівень фінансових ризиків тощо.

Важливою складовою методичного забезпечення антикризового управління фінансами підприємств є розробка антикризової програми, основними вимогами до формування якої є наявність інтуїції та досвіду в особі, яка приймає рішення; доступність і зрозумілість методичних прийомів — чим менше формалізму, тим більша вірогідність їх використання на практиці; зрозумілість прийнятих рішень, прийоми обґрунтування яких не повинні вимагати великих інтелектуальних зусиль.

Забезпечення необхідної обґрунтованості вибору антикризових альтернатив може бути досягнуто шляхом поєднання (інтеграції) евристичних прийомів, які розроблені в межах психологічної теорії прийняття рішень, з методичними розробками інших наукових шкіл, зокрема шляхом використання останніх розробок теорії інвестування.

Таким чином, формування антикризової програми — це складний багатоетапний процес, який потребує інтеграції формальних та неформальних оцінок якості (корисності) і результативності окремих антикризових альтернатив, виходячи із заданих цільових параметрів антикризового процесу.

Загальна концепція формування антикризової програми полягає у проведенні двокронкової процедури відбору альтернатив шляхом проведення їх скринінгового (попереднього) та преферентивного (поглибленого) аналізу [1].

Метою скринінгового аналізу є попередня елімінація (зменшення) множини висунутих альтернатив з врахуванням певної системи скринінгових стандартів, що дає можливість вибрати антикризові заходи, які забезпечують вихід із кризи або її попередження.

Преферентивний аналіз здійснює поглиблене вивчення та експертне оцінювання кожного антикризового заходу допустимої множини альтернатив і формує остаточний перелік раціональних антикризових заходів, які рекомендуються для включення до програми. Відібрана сукупність раціональних альтернатив не повинна бути одноелементною, а включати певну сукупність заходів, які мають забезпечити досягнення певних результатів антикризового процесу при мінімальних затратах власників підприємства.

Структурно-логічне формування антикризової програми здійснюється за певними етапами:

1-й етап — формування інформаційної бази, необхідної для розробки програми та прийняття рішення щодо вибору альтернатив. Необхідна інформаційна база

охоплює дві інформаційні підсистеми, які включають результати проведення діагностики кризового стану та загрози банкрутства підприємства і систему показників, критеріїв та обмежень антикризового процесу (стратегічні цілі власників підприємства з питань здійснення фінансового оздоровлення, особисті інтереси щодо збереження контролю за функціонуванням підприємства; ресурсні можливості тощо).

2-й етап — розробка корпоративної моделі функціонування підприємства. Проведення цієї роботи дає змогу імітувати наслідки тих чи інших управлінських рішень для фінансового стану підприємства та цільових показників — критеріїв антикризового процесу. Необхідною передумовою розробки корпоративної моделі є проведення комплексного аналізу господарсько-фінансової діяльності підприємства для визначення змінних параметрів, які обумовлюють результати та ефективність діяльності підприємства.

3-й етап — генерація ідей відносно шляхів та методів фінансового оздоровлення підприємства. На цій стадії формування програми суб'єкт антикризового управління за підтримки керівництва та управлінців підприємства (верхньої та середньої ланки) або із залученням сторонніх експертів повинен визначити максимальну кількість антикризових заходів, які можуть допомогти у фінансовому оздоровленні підприємства.

4-й етап — розробка скринінгових стандартів або критеріїв елімінації, які визначаються за методичними розробками У. Ельдвардса [4]. Скринінговий стандарт — це певний перелік якісних умов і обмежень, які використовують з метою скорочення кількості висунутих антикризових рішень, що сприяє зосередженню на найбільш важливих заходах, які адекватні конкретним умовам функціонування підприємства: відповідність економічним інтересам та стратегічним цілям підприємства, ресурсному забезпеченню, глибині розвитку кризи, проблемам, що обумовили появу ситуації банкрутства тощо.

5-й етап — проведення скринінгового аналізу. На цьому етапі окремі альтернативи порівнюються з критеріями (скринінговими стандартами), яким вони повинні відповідати. Ті заходи, що не відповідають хоча б одному скринінговому стандарту, виключаються з подальшого розгляду.

Таким чином, по завершенні роботи формується тільки перелік можливих для втілення антикризових заходів.

6 етап — проведення оцінки наслідків реалізації антикризових заходів для власників підприємства. Аналізуються в основному критерії витрат, які допомагають зосередитись на виборі антикризових заходів: прямі економічні втрати у вигляді додаткових витрат фінансових ресурсів, які необхідно здійснити при підготовці та реалізації антикризового заходу; опосередковані економічні втрати, які виникають внаслідок реалізації антикризового заходу (наприклад, втрата можливостей отримання доходів внаслідок реалізації активів, закриття філіалів, звільнення працівників тощо); соціально-психологічні втрати, пов'язані з впровадженням та наслідками реалізації антикризового заходу (наприклад, повна або часткова втрата іміджу та ділової репутації, необхідність прийняття певних особистих зобов'язань, невідповідність особистим та суспільним морально-етичним нормам поведінки підприємця, втрата контролю тощо).

Як видно з наведеного переліку, втрати власника є різноаспектними і не можуть бути оцінені кількісно. Це обумовлює доцільність використання експертних методів для оцінки їх рівня та наступного ранжирування множини допустимих альтернатив за даним критерієм.

7-й етап — ранжирування допустимих антикризових альтернатив за критерієм витрат власників. На цьому етапі роботи складається перелік допустимої кількості антикризових заходів, перше місце відводиться альтернативам з мінімальними втратами, а останнє — з максимальними.

8-й етап — оцінка наслідків окремих антикризових заходів формування сукупності раціональних альтернатив. Прогнозування наслідків окремих антикризових заходів для життєдіяльності підприємства здійснюється на базі побудованої корпоративної моделі. Після реалізації запропонованого заходу може бути дана прогнозна оцінка поточного фінансового результату діяльності та фінансового стану підприємства, визначено прогнозний рівень параметрів антикризового процесу порівняно з їх цільовим рівнем, наприклад норма прибутковості, обсяг чистого грошового потоку, цільова структура капіталу, обсяг товарообороту тощо). Антикризові заходи, що не включені до антикризової програми, але визнані доцільними для практичної реалізації, залишаються у резерві антикризового керуючого і можуть розглядатися як резервна програма, заходи якої можна використати при перегляді або доповненні антикризової програми під час недостатньої результативності або змінах у зовнішньому та внутрішньому оточенні підприємства

9-й етап — оформлення та поточне планування реалізації антикризових заходів. Після формування переліку раціональних альтернатив необхідно документально оформити прийняте рішення, розробити план організаційних заходів щодо реалізації антикризових заходів та фінансовий план реалізації антикризової програми. План організаційних заходів повинен визначати терміни, необхідні ресурси та витрати, послідовність та узгодженість окремих антикризових заходів, відповідальних за їх виконання. Фінансовий план антикризової програми має визначати найважливіші показники господарсько-фінансової діяльності, які прогнозується досягти при реалізації сукупності альтернатив, що визнані раціональними.

Підготовлена антикризова програма узгоджується з кредиторами, санаторами, органами державного управління тощо (при потребі) та затверджується в установленому порядку.

Крім антикризової програми при підготовці та реалізації антикризових заходів можуть розроблятися й інші документи спеціального призначення, які в сукупності формують методичне забезпечення антикризового управління: бізнес-план санації (для залучення зовнішнього інвестора); план судової санації (розроблюється у разі порушення справи про банкрутство підприємства); план досудової санації державних підприємств тощо.

Для узагальнюючої характеристики антикризового процесу набуло поширення використання термінів «реструктуризація», «санація», «фінансове оздоровлення», кожен з яких має свої специфічні особливості.

Реструктуризація — являє собою: 1) комплекс організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури підприємства, його управління, форм власності, організаційно-правових форм, здатних привести підприємство до фінансового оздоровлення, збільшення обсягу випуску конкурентоспроможної продукції, підвищення ефективності виробництва. Метою її проведення є створення повноцінних суб'єктів підприємницької діяльності, спроможних ефективно функціонувати в умовах переходу до ринкової економіки і виробляти конкурентоспроможну продукцію, що відповідає вимогам товарних ринків (санаційна (відновлювальна) реструктуризація); 2) комплекс засобів та інструментів структурної перебудови державних підприємств, адаптації до умов конкурентного ринкового середовища, який розглядається як невід'ємний елемент їх доприватизаційної підготовки, що забезпечує зростання інвестиційної та кредитної привабливості підприємств (адаптаційна (прогресивна) реструктуризація); 3) комплексну програму впровадження змін, метою якої є зростання ринкової вартості підприємства (ви-переджувальна реструктуризація) [2].

Термін «санація» використовуються у широкому та вузькому розумінні. У широкому розумінні — як сукупність усіх заходів, що здійснюються з метою ліквідації недоліків у роботі підприємства та забезпечення його ритмічної й ефективної

діяльності, комплекс послідовних, взаємопов'язаних заходів фінансово-економічного, виробничо-технічного, організаційного та соціального характеру, спрямованих на виведення суб'єкта господарювання зі стану кризи та відновлення або досягнення його прибутковості та конкурентоспроможності в довгостроковому періоді. У вузькому — виокремлюються різні види санації залежно від джерел фінансування (внутрішня, зовнішня), ініціатора проведення (добровільна, примусова), ступеня самостійності (судова, досудова), спрямування (санація бізнесу, санація балансу) та інших ознак.

Фінансове оздоровлення — є одним з можливих напрямів антикризового процесу, орієнтованого виключно на нормалізацію фінансового стану підприємства, нейтралізацію зовнішніх проявів кризових явищ. Застосовується переважно для визначення антикризового фінансового управління.

Висновки. Методичне забезпечення антикризового управління фінансами підприємств включає велику кількість теорій, концепцій, які формують механізм запобігання кризовим явищам. Антикризовий інструментарій, накопичений як закордонною, так і вітчизняною практикою, надзвичайно різноманітний, має багато ознак класифікації, але при формуванні програми антикризового управління в першу чергу використовують організаційно-правові, виробничі, маркетингові, фінансово-економічні, корпоративні, соціальні (кадрові) тощо. Антикризова програма підприємства повинна не тільки визначити загальне спрямування антикризового процесу, а й містити конкретний перелік кількісних показників, які мають бути досягнуті, та встановлювати їх цільові значення на окремі часові періоди. Такими показниками є критерії неплатоспроможності та параметри життєздатності підприємства. Управління розробкою антикризової програми — це цілеспрямована діяльність з визначення оптимального переліку антикризових заходів, які відповідають меті антикризового процесу, ресурсним та часовим обмеженням конкретного підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Градов Н.П., Кузин Б.Н. Стратегия и тактика антикризисного управления фирмой, — СПб.: Спец. лит., 2006.
2. Еш С.М. Реструктуризація підприємств харчової промисловості як елемент системи антикризового управління // Наукові праці НУХТ. — 2007. — № 21. — С. 48 — 51.
3. Еш С.М. Методи антикризової політики господарюючих суб'єктів // Наукові праці НУХТ. — 2006. — № 19. — С. 41 — 44.
4. Крутик А.Б., Муравьев А.И. Антикризисный менеджмент. Превентивные методы управления. — СПб.: Питер, 2008. — 438 с.

esh2009@ukr.net

Надійшла до редакції 15.04.2011 р.

УДК 336.025:334.716

В.П. Мартиненко
Національний університет
харчових технологій

МЕТОДИКА РОЗРОБКИ ПЛАНУ ФІНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

В статті запропоновано план фінансового оздоровлення промислового підприємства, який забезпечить даному суб'єкту господарювання досягнення належного рівня платоспроможності та фінансової стійкості.

Ключові слова: промислове підприємство, фінансове оздоровлення, план, кредитори, платоспроможність, фінансова стійкість, прибуток.

The article prompted a financial recovery plan of the industrial enterprise, which provides this entity to achieve the proper level of solvency and financial stability.

Key words: industrial enterprise, financial making healthy, plan, creditors, solvency, financial stability and income.

Процеси корінного реформування, що проходять в Україні протягом останніх десятиріч призвели до суттєвих перетворень в організаційно-економічних механізмах функціонування підприємств та галузей всього народного господарства, формування ринкового середовища. Але одна із основних задач даних реформ до сих пір залишається не вирішеною. Економіка більшості галузей промисловості продовжує залишатись витратною і неефективною, що визначає їх неконкурентоспроможність. Недостатня увага зі сторони держави галузевому регулюванню в умовах розвитку ринкових відносин призвела до появи нової проблеми — посилення імпортозалежності, згортання вітчизняного виробництва на фоні існуючого низького рівня його ефективності. Зокрема, у 2000 – 2008 рр. частка вітчизняних товарів у роздрібному товарообороті поступово зменшилась з 75,3 % до 63,1 % через інтенсивне зростання імпорту. Варто відмітити, що ця тенденція продовжує зберігатись і на даний час [1]. Це призводить в кінцевому результаті до втрати економічної безпеки держави по цілому ряду товарів та продуктів, що виробляються стратегічно важливими галузями народного господарства, а також втрат конкурентних позицій України у світовому господарстві. Таку тенденцію показують дослідження аналітиків Всесвітнього економічного форуму. Відповідно до останнього звіту цієї організації конкурентоспроможність економіки України погіршується, її рейтинг у світовому господарстві знизився — з 72-го місця у 2008 – 2009 рр. вона перемістилась на 82-ге у 2009 – 2010 рр. [2]. Все вищевикладене суттєво відображається на діяльності суб'єктів господарювання, що виробляють продукцію. Адже значна частина промислових підприємств в Україні працюють збитково, мають досить високу імовірність банкрутства. Перед будь-яким підприємством, що працює в умовах українського ринку, стоїть лише одна по справжньому серйозна проблема — це проблема його виживання, забезпечення безперервного розвитку. Глобалізація бізнесу, швидкі зміни споживчого попиту, скорочення життєвого циклу товарів, постійний ріст вимог робітників до умов праці і якості життя змушують підприємство не тільки проводити аналіз зовнішнього середовища і прогнозувати його зміни в майбутньому, але і створювати таку систему управління, яка б підтримувала рівновагу між середовищем, характером та результатами діяльності суб'єкта господарювання, сприяла суттєвому підвищенню його платоспроможності та фінансової стійкості.

Проведений аналіз вітчизняних та зарубіжних джерел [3 – 8] дає всі підстави вважати, що проблема фінансового оздоровлення промислових підприємств займає важливе місце у сучасній господарській практиці та економічній теорії. Більше того, © В.П. Мартиненко, 2011

аналіз наукових праць [5,6,8] показав, що питанням фінансового оздоровлення саме промислових підприємств в науковій літературі приділяється недостатньо уваги.

Метою роботи є розробка плану фінансового оздоровлення, реалізація якого на промислового підприємстві забезпечить досягнення фінансової стійкості, платоспроможності і підвищення ефективності роботи суб'єкта господарювання у нестійкому ринковому середовищі.

В сучасних умовах розвитку економіки стан більшості промислових підприємств такий, що першочерговими цілями для них є «латання дірок» і недопущення введення процедури банкрутства. Подібний метод управління не дозволяє досягнути стійкого стану організації навіть у короткостроковій перспективі. В даному випадку підприємство повинне провести досудову санацію, яка дозволить погасити всі борги і вийти на належний рівень фінансової стійкості. Доречно відмітити, що оздоровлення суб'єкта господарювання є складною процедурою, що вимагає належної організації, узгодженості всіх структурних підрозділів, а також демонстрації високої фаховості провідними спеціалістами. Адже основними задачами плану фінансового оздоровлення суб'єкта господарювання є:

поглиблений аналіз причин фінансового стану підприємства, який склався;
розмежування відповідальності власників та вищого менеджменту суб'єкта господарювання;

захист прав власників;
захист прав кредиторів і забезпечення виконання обов'язків перед ними;
створення ефективного механізму управління підприємством, а також механізму внутрішнього контролю;
забезпечення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Як показує практичний досвід, в план фінансового оздоровлення варто включити наступні основні розділи:

- I. Аналіз фінансово-економічного стану підприємства.
- II. Маркетингова стратегія підприємства.
- III. Бізнес-плани виробництва конкретних видів продукції.
- IV. План вдосконалення системи управління підприємством.
- V. Зведений фінансовий план.

Аналіз фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання проводиться за звітний період і повинний містити наступну інформацію:

1. Форма власності і управління.
 - 1.1. Розподіл статутного капіталу.
 - 1.2. Структура управління підприємством.
 - 1.3. Розподіл повноважень між власниками та вищим менеджментом.
2. Фінансовий стан підприємства.
 - 2.1. Оцінка структури та динаміки майна, а також джерел його формування.
 - 2.2. Ефективність використання основних та оборотних коштів підприємства.
 - 2.3. Оцінка платоспроможності.
 - 2.4. Оцінка фінансової стійкості суб'єкта господарювання та його ділової активності.
 - 2.5. Аналіз прибутку та рентабельності.
 - 2.6. Аналіз собівартості продукції, що виробляється.
 - 2.7. Аналіз дебіторської та кредиторської заборгованості.
 - 2.8. Наявність фінансової допомоги підприємству зі сторони держави (пільгові кредити, субсидії, дотації, податкові пільги та інше).
3. Оцінка виробничого потенціалу.
 - 3.1. Вартість основних виробничих фондів та міра їх спрацювання.
 - 3.2. Міра завантаження виробничих потужностей. Фондовіддача.
 - 3.3. Обсяги та номенклатура продукції, що випускається.

3.4. Ступінь монополізму даного суб'єкта господарювання.

3.5. Кадровий склад підприємства, заробітна плата.

3.6. Соціальна інфраструктура підприємства.

Завершуватись даний розділ повинен обов'язковим висновком про фінансовий стан підприємства на певний час і основних причинах певного його положення.

Важливим розділом плану фінансового оздоровлення є маркетингова стратегія підприємства, яка повинна містити аналіз ситуації, що склалася та ринків, на яких працює суб'єкт господарювання, а також розробку політики постачання та збуту.

При проведенні маркетингового аналізу спеціалістам, що його проводять, необхідно звернути увагу на наступні основні питання:

регіон чи територія, на яку направлена реалізація продукції, ступінь географічної диференціації цієї реалізації;

основні споживачі продукції, що виробляється підприємством;

частка ринку, яку займає підприємство, степінь монополізму;

вид маркетингової стратегії діяльності підприємства (стратегія конкуренції, стратегія розширення ринку і т.д.);

кооперація з іншими підприємствами та організаціями;

аналіз діючих збутових мереж;

аналіз діючої системи забезпечення.

Варто відмітити, що при соціалізмі основною проблемою будь-якого суб'єкта господарювання було саме постачання. Тому відділи забезпечення та комплектації є на всіх промислових підприємствах і достатньо укомплектовані. Історично склалось так, що за реалізацію продукції раніше відповідали фінансово-збутові відділи. Маркетингу не надавалось належного значення, більше того, він був навіть не потрібний, адже продукція відвантажувалась згідно плану, який був сформований вищестоячими організаціями. В функції вищезазначених відділів входило заключення договорів та робота з банківськими установами.

На даний час маркетинговій службі приділяється велика увага, адже саме цей підрозділ займається пошуком платоспроможних споживачів виробленої на підприємстві продукції. Як показує практичний досвід, рівень кваліфікації працівників служби маркетингу та їх чисельність на підприємстві — потенційному банкруті не дозволяють в короткі терміни для складання плану фінансового оздоровлення, розробити повноцінну політику постачання та збуту. Тому допускається в плані фінансового оздоровлення наявність маркетингового аналізу та організаційних заходів, направлених на розробку політики постачання та збуту.

Бізнес-плани виробництва конкретних видів продукції розробляються по загальноприйнятій методиці, але мають місце деякі особливості.

Розділ плану фінансового оздоровлення «Бізнес плани конкретних видів продукції» повинний починатись з кошторису постійних витрат або кошторису загальногосподарських та загально-цехових витрат з використанням принципу розподілу їх між конкретними видами продукції. Для промислових підприємств рекомендується визначити базу розподілу постійних витрат пропорційно заробітної плати основних робітників.

При розробці бізнес-плану по кожному із видів продукції необхідно навести наступні дані:

план випуску продукції в кількісному та вартісному вираженні;

трудомісткість виробничої програми по основних видах професій;

витрати на сировину і матеріали в натуральному чи вартісному вираженні;

фінансовий план виробництва та реалізації даного виду продукції.

Зрозуміло, що окрім чисто економічних показників по кожному виду продукції повинен бути представлений більш змістовний опис ринку певного товару і позицій підприємства на ньому.

Варто відмітити, що даний розділ плану фінансового оздоровлення є досить трудомістким та відповідальним, оскільки він служить базою для складення зведеного фінансового плану.

Обов'язковим розділом плану фінансового оздоровлення є план вдосконалення системи управління підприємством, оскільки саме помилки в управлінні призводять до передбанкрутного стану суб'єкта господарювання.

Даний розділ повинний містити змістовний аналіз системи управління підприємством і показувати основні її недоліки, що призвели до тяжкого фінансового стану. Доречно відмітити, що за розробку всіх інших розділів плану фінансового оздоровлення на практиці відповідає відповідна служба підприємства. Розробка ж плану вдосконалення системи управління лягає повністю на вище керівництво підприємства. Саме тому, окрім всього іншого, даний розділ показує рівень кваліфікації і наміри керівника підприємства.

При цьому такий план повинний передбачити вдосконалення системи управління всіма складовими виробничого процесу:

- основними фондами;
- матеріальними ресурсами;
- фінансовими ресурсами;
- людськими ресурсами.

Планом вдосконалення системи управління підприємством повинна бути передбачена інвентаризація та експертиза технічного стану основних виробничих фондів і технологічного оснащення, яке дасть основу для розробки заходів по їх своєчасному ремонту та модернізації. Досить складним і трудомістким є процес паспортизації виробництва, який також повинний бути передбачений вищезазначеним планом, адже саме він дасть керівництву точну інформацію про технологічні можливості підприємства по виробництву багатьох видів продукції. Крім того, паспортизація виробництва створює реальну основу для впровадження бюджетування.

План заходів щодо вдосконалення системи управління обов'язково повинний включати розробку кредитної політики і її впровадження в практичну діяльність, що, на мою думку, дозволить значно покращити фінансовий стан підприємств-боржників.

Успіх будь-якої організації залежить від людей, що в ній працюють. Тому необхідно передбачити розробку Положення про атестацію кадрів, проведення самої атестації і розробку по її результатах плану підготовки і підвищення кваліфікації кадрів. Це дозволить, при якісному і своєчасному виконанні вищезазначеного плану, створити на підприємстві висококласну команду однодумців.

Вдосконалення системи управління зазвичай починається зі створення нової структури. На мою думку, спочатку необхідно виділити основні функції кожного структурного підрозділу, розробити Положення про них, встановити взаємозв'язок між ними, а вже потім працювати над схемами. Тобто в даному випадку більш прийнятний еволюційний, а не революційний шлях.

Варто зазначити, що цей розділ плану фінансового оздоровлення суб'єкта господарювання є найбільш індивідуальним і залежить в першу чергу, від загальної ерудиції, професійної освіти, стилю управління керівника підприємством, його бажання та здібностей утримати контроль над підприємством.

Завершальним і вирішальним етапом в процесі розробки плану фінансового оздоровлення є зведений фінансовий план. Адже саме на його основі робиться висновок про можливість промислового підприємства в найближчий час відновити свою платоспроможність, що є неодмінною умовою на порушення проти підприємства боржника процедури банкрутства, а проведення досудової санації.

В рамках розробки плану фінансового оздоровлення, пропонується наступний алгоритм складення зведеного фінансового плану:

1. Визначається питома вага заробітної плати основних робітників по кожному виду продукції в загальній платі основних робітників.

2. Розподіляються загальновиробничі та загальногосподарські витрати між видами продукції.

3. Складається загальний кошторис витрат на виробництво.

4. Розраховується прибуток, що планується.

5. Складається план руху грошових коштів підприємства.

6. Розробляються графіки погашення заборгованості перед основними кредиторами.

7. Складаються прогнози баланси на найближчі роки і на їх основі розраховуються коефіцієнти фінансового стану підприємства на період, що планується.

У відповідності з теорією, у зведеному фінансовому плані повинний бути представлений розрахунок точки беззбитковості та зони безпеки підприємства. Оскільки практика показує, що сучасний стан бухгалтерського обліку на підприємствах не дає достовірних даних про постійні та змінні витрати суб'єкта господарювання, відповідно дані показники надто відірвані від реального стану справ, а розраховувати абстрактні цифри недоцільно.

Висновки. Таким чином, автором запропоноване власне бачення методики розробки плану фінансового оздоровлення промислових підприємств, яка може бути досить успішно використана практичними працівниками, а також застосована при проведенні наукових досліджень з питань запобігання банкрутства. Представлений план фінансового оздоровлення допоможе керівництву підприємства, що перебуває у стані кризи, впевнити кредиторів та контролюючі органи у можливості досягнення в найближчій перспективі стійкого фінансового стану.

ЛІТЕРАТУРА

1. Пустовойт О. Ринок споживчих товарів України: тенденції розвитку і вплив на структуру економіки // Економіка України — К.: Видавництво «Преса України», 2011. — №1(59). — С. 59 – 69.

2. The Global Competitiveness Report 2009-2010, published by World Economic Forum, p.13.

3. Антикризисное управление / Жарковская Е.П., Бродский И.Б. — М.: Издательство «Омега — Л», 2008 — 232 с.

4. Т.В. Пепа, В.О. Федорова, А.Б. Кондрашихін, О.В. Андреева Управління фінансовою санацією підприємств: Навчальний посібник. — К.: Центр учбової літератури, 2008. — 440с.

5. Климчик С.В. Фінансова реструктуризація підприємств харчової промисловості України: стан і перспективи: Монографія. — Сімферополь: ТОВ «ДІАЙП», 2007. — 360с.

6. Жукова Н.К. Сучасні методи антикризового управління підприємством // Формування ринкових відносин в Україні: Збірник наукових праць. — К.: НДЕІ Міністерства економіки України, 2006. — №10(89). — С.14 – 18.

7. Благодетелева-Вовк С.Л. Управління фінансовою санацією підприємств: Навчальний посібник. — К.: Ніка-Центр, 2006. — 248с.

8. Бланк И.А. Антикризисное финансовое управление предприятием. — К.: НИКА-ЦЕНТР, 2006. — 632с.

1Martylenko@rambler.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 336:661.722

І.В. Дем'яненко*Національний університет харчових технологій***В.О. Мозолук***Кам'янець-Подільський коледж харчової промисловості НУХТ***ФІНАНСОВИЙ СТАН
ПІДПРИЄМСТВ СПИРТОВОЇ
ГАЛУЗІ УКРАЇНИ**

Розглянуто стан виробництва та реалізації спирту на зовнішньому та внутрішньому ринку, вплив законодавчої бази на розвиток спиртової галузі та поточні проблеми галузі

Ключові слова: *спиртова галузь, реалізація спирту, фінансовий стан, спирт етиловий.*

A state of production and sale of alcohol on domestic and foreign market, the impact of legislation on the development of alcohol industry and current industry problems

Key words: *alcohol industry, the implementation of alcohol, financial condition, ethyl alcohol.*

Період трансформації економіки та економічна криза в Україні негативно вплинув на державний сектор економіки. Однією з галузей, що проблематично переживає період становлення та розвитку ринкових відносин є спиртова галузь. Проблемаю спиртової галузі є необхідність забезпечення її ефективного функціонування і подальшого розвитку, виведення з тіні, вихід на нові ринки збуту продукції, оновлення існуючого обладнання та устаткування. Ще однією проблемою галузі є забезпеченість власним оборотним капіталом, обґрунтованість фінансового планування тощо. Оскільки спиртова галузь посідає важливе місце в економіці окремих регіонів, необхідність вирішення цих проблем є особливо актуальним і важливим.

Дослідженню фінансового стану підприємств приділяли увагу такі науковці, як Л.А. Бернстайн, І.О. Бланк, Т.Р. Карлін, Л.А. Лахтіонова, Г.В. Савицька, А.Д. Шеремет, М.Н. Крейніна та інші. Проблеми галузі вивчали В.Г. Андрійчук, В.І. Войко, П.П. Борщевський, П.І. Гайдучкий, О.М. Онищенко, П.Т. Саблук, В.М. Трегобчук та інші вчені та економісти.

Робота спиртової галузі передбачає отримання значного рівня доходів порівняно із іншими сферами виробництва. Однак у реальності маємо, згідно фінансової звітності підприємств галузі, стійке зростання рівня збитковості та результати роботи цих підприємств із нулевим рівнем доходу. На основі цієї інформації варто провести аналіз стану однієї із бюджетопоповнюючих галузей країни, розглянути і спробувати виявити основні причини цього явища та за допомогою монографічного, аналітичного методу та методу порівняння визначити основні шляхи її вирішення.

Перш за все, необхідно визначити суть поняття фінансового стану і зокрема стану підприємств державного сектору економіки. Цей аналіз розпочнемо з визначення, яке наводиться у фінансово-кредитному словнику: «**Фінансовий стан** — стан економічного суб'єкта (держави, регіону, підприємства, фірми, підприємця, сім'ї), що характеризується наявністю у нього фінансових ресурсів, забезпеченням грошовими засобами, необхідними для господарської діяльності та здійснення грошових розрахунків з іншими суб'єктами» [1]. За Кушніром І.В. «**Фінансовий стан підприємства** — забезпеченість або незабезпеченість підприємства грошовими засобами, необхідними для господарської діяльності, підтримання нормального режиму праці та життя, здійснення грошових розрахунків з іншими економічними суб'єктами» [4]. Згідно з словником банківської термінології

© І.В. Дем'яненко, В.О. Мозолук, 2011

фінансовий стан — рівень забезпечення економічного суб'єкта грошовими коштами для здійснення господарської діяльності, підтримання нормального режиму роботи і своєчасного проведення розрахунків [5]. Тобто практично всі автори цих видань характеризують фінансовий стан підприємства як здатність розрахуватись із зобов'язаннями та проведенням господарської діяльності за рахунок власних ресурсів. Реалізація продукції породжує основний вхідний грошовий потік, що дає можливість забезпечити вихідні потоки за зобов'язаннями.

Для характеристики фінансового стану підприємств спиртової галузі скористаємось даними концерну «Укрспирт».

Таблиця 1. Реалізація спирту етилового на внутрішній ринок та експорт за 1996 – 2009 рр. (за даними концерну Укрспирт)

Рік	Всього, млн дал.	Внутрішній ринок		Експорт	
		млн дал.	питома вага, %	млн дал.	питома вага, %
1996	52,3	20,4	39,0	31,9	61,0
1997	23,8	18,2	76,5	5,6	23,5
1998	19,0	16,4	86,3	2,6	13,7
1999	17,8	14,5	81,5	3,3	18,5
2000	17,7	13,7	77,4	4,0	22,6
2001	19,1	14,5	75,9	4,6	24,1
2002	25,7	20,5	79,8	5,2	20,2
2003	22,4	13,6	60,7	8,8	39,3
2004	22,5	14,0	62,2	8,5	37,8
2005	30,1	20,3	67,4	9,8	32,6
2006	32,5	20,9	64,3	11,6	35,7
2007	31,4	22,2	70,7	9,2	29,3
2008	26,9	21,6	80,3	5,3	19,7
2009	27,46	22,6	82,3	4,86	17,7

Джерело: за даними концерну Укрспирт <http://www.ukrspirt.com/>

Реалізація спирту етилового підприємствами концерну «Укрспирт» за 12 місяців 2009 року склала 27,5 млн. декалітрів. Для виконання експортних контрактів було відвантажено 4,86 млн. дал. Споживачі на внутрішньому ринку купили 22,6 млн. декалітрів. Як і прогнозувалося, реалізація спирту етилового на внутрішньому ринку збільшилася майже на мільйон декалітрів по відношенню до 2008 року. Однак кризова ситуація у державі наклала свій відбиток на обсяги виробництва і реалізації продукції у 2009 році.

Виробництво спирту етилового денатурованого із вмістом спирту не менше 80% по регіонах України за січень-жовтень 2010 року подано в таблиці 2 (за даними Української торгово-промислової конфедерації).

Аналіз виробництва спиртовмісної продукції за січень-жовтень 2010 року свідчить, що порівняно з відповідним періодом минулого року виробництво збільшилось лише в Житомирському та Харківському регіонах, що обумовлено близькістю російського ринку збуту. У всіх інших регіонах виробництво збуту зазнало зниження або було взагалі відсутнє. Причинами можуть бути зростання цін на спирт до 115 гривень за декалітр, також законодавчо встановлений порядок імпорту спирту етилового виключно державними підприємствами, спеціально уповноваженими Кабінетом міністрів України, тобто фактично підпорядкованими концерну «Укрспирт» підприємствами, що виключає можливість його імпорту виробниками алкогольних напоїв [3].

Таблиця 2. Виробництво спирту етилового денатурованого із вмістом спирту не менше 80% по регіонах України за січень-жовтень 2010 року, тис. дал.

Регіон	Січень-жовтень 2009	Січень-жовтень 2010	Абсолютне відхилення, (+,-)	Темп зростання/зниження, %
Всього по Україні	20731,8	19480,3	-1251,5	94,0
в тому числі:				
Вінницький	3419,5	2726,4	-693,1	79,7
Житомирський	751,3	1086,1	334,8	144,6
Львівський	3104,8	3075,5	-29,3	99,1
Тернопільський	5909,7	5305,9	-603,8	89,8
Харківський	1198,6	1490,2	291,6	124,3
Чернігівський	939,7	886,1	-53,6	94,3

Джерело: за даними сайту <http://akcyz.com.ua/statistic/vodka/>

Законодавчими актами уряд регламентує розвиток спиртової галузі. Так, згідно наказу Мінагрополітики від 16 жовтня 2007 року № 738 «Про затвердження програми розвитку спиртової галузі на 2007-2011 роки» визначено стратегічні напрямки роботи підприємств спиртової галузі:

- забезпечення прибутковості підприємств галузі;
- підвищення рівня виконавчої дисципліни;
- продовження нарощення експорту спирту;
- збільшення виробництва КМПА (компоненту моторного палива альтернативного) за рахунок використання 20% побічних продуктів брагоректифікації;
- збільшення об'ємів та розширення асортименту продукції у потоці;
- прискорення ліквідації обласних об'єднань, створення представництв концерну та об'єднань підприємств;
- впровадження заходів з економії паливно-енергетичних ресурсів [2].

Також було наголошено на необхідності активізації робіт з списання повністю амортизованого майна, підготовки до проведенню навчання основних спеціалістів підприємств по техніці безпеки та охорони праці у 2010 році, роботи щодо отримання ліцензій на водокористування та водовідведення, необхідність розробки нормативно-технічної документації, необхідності затвердження організаційно-технічних заходів розвитку підприємств на 2010 рік.

Фінансування Програми планується здійснювати за рахунок коштів спиртових підприємств, державного бюджету (в обсягах коштів, передбачених Державним бюджетом) та інших джерел, не заборонених законодавством.

Для реалізації Програми планується залучення коштів в сумі 347650 тис.грн., в тому числі: коштів Державного бюджету України в сумі 112150 тис.грн., інноваційних коштів в сумі 228000 тис.грн., власних коштів підприємств в сумі 7500 тис. грн.

Таблиця 3. Фінансування програми розвитку спиртової галузі на 2007 – 2011 роки, тис. грн.

Джерела фінансування, тис.грн	Обсяг фінансування, тис.грн	У тому числі за роками, тис. грн:				
		2007	2008	2009	2010	2011
Державний бюджет	112150		17000	25350	31250	38550
Інвестиційні кошти	228000	500	227500			
Власні кошти	7500	310	1510	5500	180	
Усього	347150	810	246010	30850	31430	38550

Джерело: за даними концерну Укрспирт <http://www.ukrspirt.com/>

Незважаючи на спроби уряду та стійкий попит на продукцію спиртової галузі України, ситуація в галузі значно не покращується. Однією з причин директори спиртозаводів називають дефіцит кредитних ресурсів. Значні залишки готової продукції змушують підприємства залучати додаткові кредитні ресурси, а комерційні банки мінімізували кредитування, тому отримання дешевих кредитних ресурсів є досить актуальним.

Спиртові заводи досить вагомо відчують дефіцит сировини, особливо цукрової меласи. Існують також проблеми зі збутом готової продукції. На думку фахівців, це питання необхідно вирішувати шляхом переорієнтації виробничих потужностей на виробництво спирту-сирцю для подальшої його переробки на біоетанол. Гострою залишається й проблема повернення ПДВ при експорті спирту за межі України.

Висновки. Труднощі, які виникають у спиртовій промисловості, пов'язані з відсутністю нових сировинних ринків, ринків збуту продукції, скороченням обсягів експорту та зростанням обсягів імпорту. Відслідковується значне зниження попиту на вітчизняну продукцію, що, в свою чергу, призводить до незавантаженості потужностей спиртових підприємств. Тому варто впроваджувати певні інноваційні технології із виробництва нових видів продукції. Одним із шляхів покращення стану спиртової галузі називають приватизацію, однак згідно Закону України «Про перелік об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації» до переліку об'єктів права державної власності, що не підлягають приватизації, було внесено підприємство «Укрспирт».

ЛІТЕРАТУРА

1. Фінансовий словник-довідник/ М.Я.Дем'яненко, Ю.Я. Лузан, П.Т.Саблук та ін.; За ред. М.Я. Дем'яненка. — К.: ІАЕ УААН, 2003. — 555 с.
2. Наказ Мінагрополітики від 16 жовтня 2007 року № 738 «Про затвердження програми розвитку спиртової галузі на 2007 – 2011 роки» Режим доступу до наказу: <http://www.minagro.gov.ua/page/?8008>
3. Бутусов Ю. «Укрводка» послала президенту сигнал SOS. Ей отвечают...»/ Ю. Бутусов.// Зеркало недели. — 2010. — №40. Режим доступу до статті: <http://spirt.com.ua/news/9012>
4. І.В. Кушнір. Фінанси підприємств. Мультимедійний інтерактивний курс. — Миколаїв : МДАУ, 2007. — 28 с. — Відомості про друковане видання відсутні Режим доступу до книги: <http://fin.at.ua/load/2-1-0-67>
5. Смовженко Т.С., Вознюк Г.Л., Загородній А.Г. Фінансовий словник. — К.: Знання, 2000. — 587 с.

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 336.647/.648

К.В. Багацька
Національний університет
харчових технологій

**ПЕРСПЕКТИВИ
ЗАСТОСУВАННЯ
ІНДИКАТИВНОГО
ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

У статті розкрито сутність індикативного фінансового планування, розроблено алгоритм планування та пропозиції щодо вдосконалення методичного інструментарію індикативного фінансового планування на підприємствах.

Ключові слова: фінансове планування, індикативне фінансове планування, рентабельність активів.

The bases of indicative financial planning are considered in the article, and the propositions for the improvement some methodical aspects of indicative planning are developed.

Key words: financial planning, indicative financial planning, return of assets.

Фінансове планування є необхідним для фінансового забезпечення розширення кругообігу матеріальних ресурсів підприємства, досягнення високої результативності діяльності, створення умов, які б забезпечили платоспроможність та фінансову стійкість.

Дослідженню теоретико-методологічних і практичних засад фінансового планування підприємств присвячені праці таких вчених, як. Бланк І.А, Біла О.Г., Слав'юк Р.А, В.М. Гриньова В.М., Ковальов А.М., Партий Г.О., Загородній Г., Тарасюк Г.М., Семенов Г.А. та інші. Віддаючи належну увагу важливим теоретичним, методологічним і практичним напрацюванням науковців, зазначимо, що методичний апарат, який стосується забезпечення перспективного і стратегічного фінансового планування, потребує вдосконалення.

Метою даної статті є визначення перспектив застосування індикативного фінансового планування на підприємствах України.

Під індикативним плануванням на рівні підприємства розуміють планування, що оперує показниками-індикаторами. Воно розглядається як процес формування і поступового досягнення системи параметрів (індикаторів), що характеризують стан і розвиток підприємства з метою досягнення вказаними індикаторами певних значень, що визначені за мету планування. Крім того, в індикативному плануванні мають бути визначені певні «коридори», в межах яких можуть коливатися обрані індикатори. Якщо індикатор виходить за рамки встановленого коридору, це слугує сигналом для прийняття коригуючих управлінських дій [1].

Центральним поняттям системи індикативного планування є індикатор — інтегральний показник, що кількісно визначає якісні характеристики соціально-економічних процесів. На відміну від показників, що надають лише кількісну оцінку, індикаторам властивий векторний, тобто спрямований характер. Також вони мають певні граничні значення (мінімальні і максимальні). Особливе місце у індикативному плануванні посідає визначення і використання граничних значень індикаторів, покликаних сповіщати керівництво про наближення кризового стану і необхідності зміни стратегії або тактики розвитку підприємства.

© К.В. Багацька, 2011 р.

Реалізуючи процес фінансового планування, слід мати на увазі, що його практичною метою повинно стати економічне обґрунтування потреби в капіталі для забезпечення виконання прогнозованих обсягів операційної та інвестиційної діяльності, взаємна ув'язка цієї потреби з реальним для залучення капіталом, ресурсне забезпечення кругообігу виробничих ресурсів на засадах фінансової стійкості, платоспроможності, створення передумов для отримання чистого прибутку в розмірі, достатньому для економічного й соціального розвитку [3]. Досягненню цієї мети сприятиме розробка низки критеріїв-індикаторів, які будуть слугувати як цільовими орієнтирами в плануванні, так і сигналізаторами про посилення негативних тенденцій.

Впровадження індикативного фінансового планування на підприємстві має відбуватися з урахуванням системного підходу, який означає, що жодна виробнича чи підприємницька проблема не повинна розглядатися ізольовано одна від одної і кожна з яких формується з урахуванням її належності до системи чи множини взаємопов'язаних завдань і цілей, які виступають на кожному підприємстві як єдина економічна система. Системність планування проявляється в наступних аспектах:

1) в розробці уніфікованих принципів і методів планування на підприємстві. До типових методів планування належать: метод експертних оцінок, метод обробки часових, просторових і просторово-часових сукупностей, метод ситуаційного аналізу і прогнозування, метод пропорційних залежностей, імітаційне моделювання, методи екстраполяції тощо;

2) в розробці єдиних цільових критеріїв (індикаторів) — орієнтирів стратегічного, перспективного і поточного планування. Фінансовими індикаторами, як правило, виступають: рентабельність (продажу, капіталу, активів, інвестицій), розрахована за операційним або чистим прибутком; вартість підприємства, економічна додана вартість (EVA); прибутковість акцій (прибуток на акцію, співвідношення ціни акції і чистого прибутку підприємства); ліквідність (покриття); структура капіталу тощо. Відповідно до обраного головного індикатора (чи групи індикаторів) розробляються планові показники, що забезпечують досягнення запланованого значення критерію;

3) в розробці фінансових планів для кожного елемента господарської одиниці як індивідуальної підсистеми і в той же час — цілісної системи. Ефект досягнення цілі можливий лише при збалансованому функціонуванні всіх частин господарської одиниці;

4) в наскрізному плануванні взаємопов'язаних показників: стратегічних, тактичних, оперативних.

Індикативне фінансове планування завжди опирається на фактичні нормативні дані минулого і теперішнього періодів, але намагається встановити та контролювати процес розвитку підприємства в теперішньому і майбутньому часі. Тому необхідним підґрунтям для організації ефективної системи індикативного фінансового планування є підготування ефективно оброблених статистичних і аналітичних даних, систематизованих відповідно до принципів і завдань фінансового планування.

На наш погляд, ефективно організоване індикативне фінансове планування на підприємстві можливо за умови впровадження на підприємстві фінансового контролінгу як системи координації і підтримки управлінських рішень. Однією з важливих функцій контролінгу є координація, сутність якої полягає перш за все в регулюванні інформаційних потоків.

Одним з ключових проблемних питань розробки фінансових планів на підприємствах є обґрунтованість показників-індикаторів, що підлягають плануванню. Вирішенням цього питання, на наш погляд, може бути створення єдиного

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

алгоритму фінансового планування відповідно до стратегії розвитку підприємства і його оперативних і тактичних цілей діяльності. Послідовність фінансового планування на основі системного підходу можна представити у вигляді наступної схеми (рис. 1).

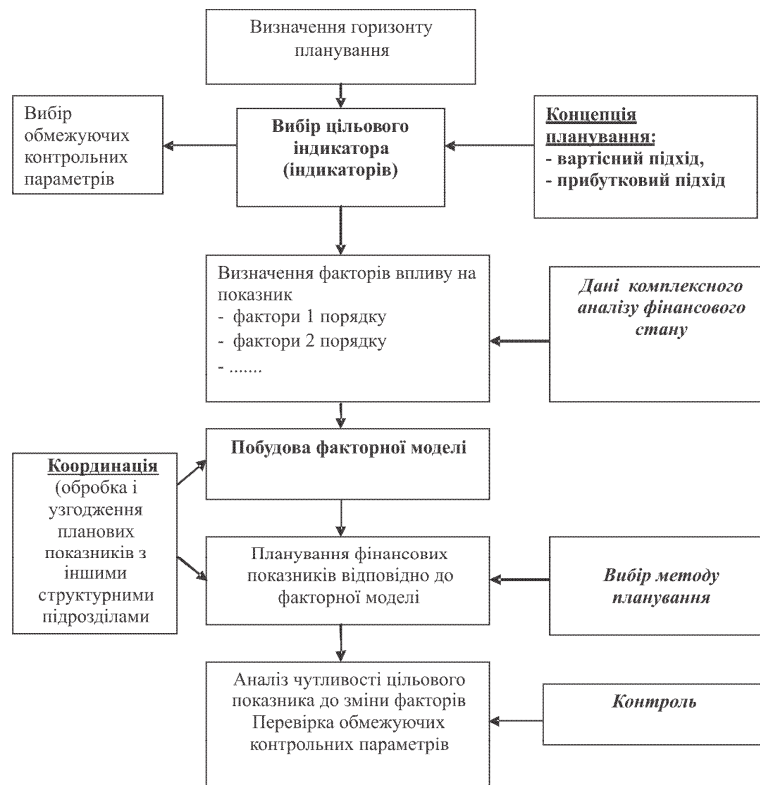


Рис.1. Етапи фінансового планування

Звернемо увагу на такий аспект індикативного фінансового планування, як розробка єдиних цільових індикаторів — орієнтирів планування. При виборі цільових індикаторів спочатку необхідно з'ясувати підхід в управлінні фінансами підприємства в цілому. Так, можна виділити наступні підходи:

прибутковий підхід (прибуток та показники рентабельності виступають основним цільовими критеріями);

вартісний підхід (цільовими критеріями є вартісні показники).

Побудова факторної моделі означає послідовну деталізацію обраного цільового показника і визначення відповідних позицій фінансової звітності, що підлягають плануванню. Якщо, наприклад, в якості цільового індикатора буде обрано показник рентабельності активів, то факторною моделлю відповідно буде спрощена формула Дюпона (рис.2), виходячи з якої можна визначити фактори 1 і 2 порядку і ті статті фінансової звітності, які підлягають плануванню.

Крім цього, при індикативному фінансовому плануванні мають бути враховані деякі фінансові показники, які хоча і не відображають ефективність діяльності підприємства, але являють собою певні індикатори, що стосуються захисту від ризику і забезпечення допустимого рівня фінансової безпеки. Тому при плануванні статей фінансової звітності ці показники є так званими обмежувачами

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

контрольними параметрами, які забезпечують такі важливі параметри фінансового стану, як ліквідність і фінансова стійкість.

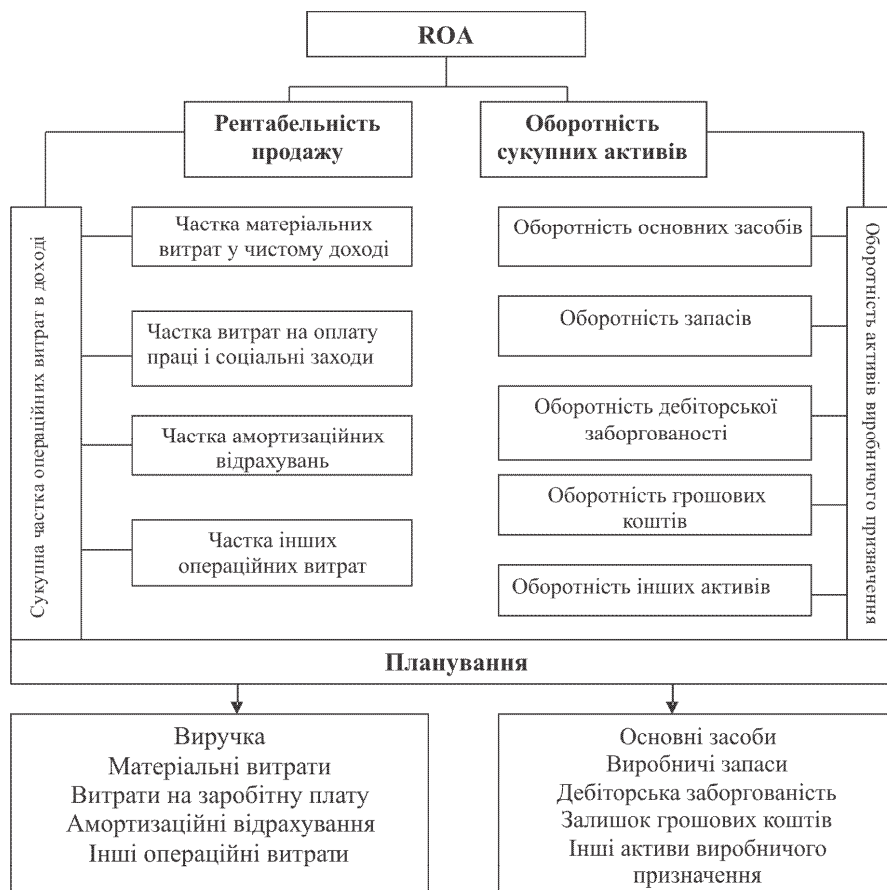


Рис.2. Індикативне фінансове планування
на основі факторної моделі рентабельності активів

До цих критеріїв можна віднести:

граничний показник ліквідності (наприклад коефіцієнт покриття)

один із коефіцієнтів фінансової стійкості (наприклад, граничний коефіцієнт автономії)

граничну середньозважену вартість капіталу.

Запропонований підхід було використано за даними одного з хлібокомбінатів Києва. Результати планування відображені в таблиці 1.

Вихідними даними при плануванні були показники річної фінансової звітності підприємства, а саме «Баланс» і «Звіт про фінансові результати». Після розрахунку планових показників підприємства за поданим алгоритмом необхідно узгодити отримані значення показників з виробничими планами хлібокомбінату, а також провести аналіз чутливості нашого цільового індикатора (рентабельності активів) до зміни запланованих параметрів. Завдяки проведенню аналізу чутливості можна дізнатися, зміна яких факторів спричинить найбільший вплив на планову рентабельність активів, і, відповідно, які процеси операційного циклу підприємства, описані вказаними факторами, мають пильно контролюватися.

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Таблиця 1. Розрахунок планових показників фінансової звітності хлібокомбінату

Кроки	Горизонт планування	1 рік
1 крок	Цільовий показник	ROA = 5%
2 крок	Обмежуючі параметри:	
2.1	Коефіцієнт поточної ліквідності (Кпл)	2
2.2	Коефіцієнт автономії (Кавт)	0.6
	Концепція планування: прибутковий підхід (максимізація рентабельності активів)	
3 крок	Планування факторів 1 порядку:	
3.1	Активи (запланований приріст 10 %) — перший показник, що планується методом екстраполяції	1626.68
3.2	Операційний прибуток (розраховується виходячи з планового ROA і запланованих активів)	81.334
4 крок	Планування факторів 2 порядку	
4.1	Чистий дохід (приріст 25 %) — другий показник, що планується методом екстраполяції	8892.5
4.2	Витрати усього (розраховуються як різниця між чистим доходом і чистим прибутком)	8811.166
5 крок	Планування факторів 3 порядку	
5.1	Планування структури і сум витрат методом екстраполяції	
5.1.1	– матеріальні (61 %)	5374.81126
5.1.2	– на оплату праці (23 %)	2026.56818
5.1.3	– на соціальні заходи (відповідно до норм законодавства)	202.656818
5.1.4	– амортизація (8 %)	704.89328
5.1.5	– інші операційні (5.7 %)	502.236462
5.2	Планування структури і значення активів методом екстраполяції	
5.2.1	– необоротні (30 %)	488.004
5.2.2	– оборотні (70 %)	1138.676
6 крок	Планування пасивів відповідно до обмежуючих критеріїв	
6.1	Власний капітал (валюта балансу помножена на коефіцієнт автономії)	976.008
6.2	Поточні зобов'язання (оборотні активи поділити на коефіцієнт покриття)	569.338
6.3	Довгострокові зобов'язання (розраховується арифметично)	81.334

Проведений аналіз чутливості (табл.2) показав, що максимальний вплив на зміну рентабельності активів чинять чистий дохід (тобто ціна і обсяг реалізації) і матеріальні операційні витрати.

Тому, можна зробити висновок, що для дотримання планової рентабельності активів підприємству необхідно контролювати собівартість продукції, а також забезпечувати необхідний обсяг її виробництва і реалізації. Для збільшення планової рентабельності максимальний результат буде досягнутий при управлінні факторами матеріальних витрат та чистого доходу від реалізації продукції.

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Таблиця 2. Аналіз чутливості цільового індикатора до зміни факторів

Параметр зміни	Відсоток зміни параметру в бік збільшення, %	Відсоток зміни ROA, %	Значення ROA, %
Матеріальні витрати	1	- 66	1.7
Витрати на оплату праці	1	- 25	3.75
Витрати на соціальні заходи	1	- 2.4	4.88
Амортизація	1	- 8.67	4.57
Інші операційні витрати	1	- 6.17	4.69
Необоротні активи	1	- 0.29	4.89
Оборотні активи	1	- 0.7	4.97
Чистий дохід	1	+ 109	10.47
Власний капітал	1	- 0.59	4.97
Поточні зобов'язання	1	- 0.34	4.98
Довгострокові зобов'язання	майже не впливають		

Висновки. Таким чином, запропонований підхід до фінансового планування, що ґрунтується на таких етапах:

виборі цільових індикаторів відповідно до концепції управління фінансами на підприємстві;

визначенні факторів впливу на них;

побудові факторної моделі з розробкою планових фінансових показників відповідно до обраного методу планування;

перевірці обмежуючих контрольних параметрів.

Даний підхід дозволяє вирішити проблему обґрунтування фінансових показників, що плануються. Вважаємо, що планування, в основу якого покладено розробку ключових і допоміжних цільових індикаторів, може бути корисним при формуванні перспективних і стратегічних орієнтирів діяльності підприємства. Крім того, розробка самих цільових індикаторів та обмежуючих граничних показників може стати ефективним інструментом поточного контролю за операційною діяльністю підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Агапцов С.А., Мордвинцев А.И., Фомин П.А., Шаховская Л.С. Индикативное планирование как основа стратегического развития промышленного предприятия. — М.: Высшая школа, 2002. — 386 с.

2. Біла О.Г. Фінансове планування і прогнозування: Навч. посіб. — Л.: Компакт-ЛВ, 2005. — 255 с.

3. Сисой Ю.В. Фінансове планування на підприємстві та його особливості в умовах транснаціональних корпорацій. [Електронний ресурс] — режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_2/0714.pdf

4. Татьяна Л.С. Роль фінансового планування на підприємстві в умовах ринкового господарювання // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2010. — № 1(9). — С.78-83

kbagatskaya@gmail.com

Надійшла до редколегії 15.04.2011 р.

УДК 005.935

Т.А. Говорушко,
Д. Кроніковський
Національний університет
харчових технологій

АДАПТИВНИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК НЕОБХІДНІСТЬ СУЧАСНОГО УПРАВЛІННЯ

Розглянуто концепцію адаптивного контролінгу, що ґрунтується на системному підході. Доведено, що контролінг дозволяє підприємству адаптуватися до постійних змін середовища та успішно функціонувати в умовах конкуренції.

Ключові слова: адаптивний контролінг, управління, адаптивна система контролінгу, стратегія розвитку.

A concept of adaptive controlling, based on a systematic approach. It is shown that controlling allows the company to adapt to the constantly changing environment and successfully operate in a competitive environment.

Key words: adaptive controlling, managing, adaptive system controlling development strategy.

Динамічне ринкове середовище мало двоякий вплив на різні суб'єкти господарювання. Одні стрімко зайняли лідируючі позиції, адаптувавшись до нових умов господарювання, інші, навпаки, опинились на межі банкрутства.

Потреба у впровадженні контролінгу на підприємстві пов'язана з еволюцією процесу управління, що спричинена розвитком науково-технічного прогресу, науковістю управління, складністю виробничих процесів та зростаючою вибагливістю учасників ринкових відносин. Сьогодні ефективними є лише ті підходи до управління, які дозволяють швидко реагувати на мінливу ринкову ситуацію, кваліфіковано приймати управлінські рішення, оперативно задовольняти вимоги споживачів, мінімізуючи при цьому витрати.

Проблемами визначення сутності контролінгу займалися Е. Майєр, Р. Манн [2], Д. Хан, Д. Вебер, М. Аксентюк [1], О. Терещенко [3], Д. Морозов, Е. Попченко, А. Кармінський, Н. Оленев, А. Приймак, С. Фалько, Ю. Яковлев, М. Білуха, А. Бодюк, Ф. Бутинець та інші. До сьогодні серед науковців не існує узгодженої думки щодо сутності контролінгу як теоретичної категорії. Проте практика реалізації контролінгу наголошує на необхідності піднесення управління на якісно новий рівень. На даному етапі розвитку теорії управління слід звертати увагу на контролінг як концепцію забезпечення досягнення цілей та оптимального адаптивного управління. Ситуація, що склалася у цьому напрямі дослідження, підкреслює актуальність проблеми, вимагає більш поглибленого вивчення якісних сторін контролінгу, які могли б бути корисними для практиків і науковців.

Метою статті є розкриття сучасних проблем управління з фокусуванням на адаптивному контролінгу як необхідності сучасного управління в ринкових умовах. Для досягнення поставленої мети вирішено ряд завдань, що стосуються вивчення принципів дії адаптивного контролінгу. У процесі підготовки статті авторами було використано діалектичний метод наукового дослідження.

Наукові та практичні підходи до контролінгу останнім часом зазнали стрімкого розвитку: від ідентифікації його як підсистеми фінансового й управлінського обліку до концептуалізації як самостійної системи, орієнтованої на стратегічний та інноваційний розвиток підприємства. Однак такі підходи, що сформувалися під впливом зарубіжної практики, виявились неадекватними сис-

© Т.А. Говорушко, Д. Кроніковський, 2011

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

темам управління вітчизняних підприємств та вимагають створення на їх основі адаптованих механізмів контролінгових функцій у менеджменті.

Головна спрямованість адаптивної системи контролінгу повинна впливати з обраної стратегії розвитку, яка диктується ситуаціями на зовнішньому ринку. Тому формування системи контролінгу в господарюючих суб'єктах має здійснюватись у системі менеджменту, адекватного новим завданням стратегічного розвитку підприємств. Слід враховувати, що як у кожного підприємства, так і товару є свій цикл життя, що передбачає необхідність введення елементів адаптації, що змінювали б управління, керуючись адаптацією цільової спрямованості підсистеми контролінгу. Необхідним є також акцент на спостережно-прогнозну адаптацію відповідно до передбачуваних змін та наявних ризиків, адже на поставлені підприємством цілі діють як чинники, які зазнають впливу з боку підприємства (керовані), так і чинники, які не залежать від його зусиль (некеровані). При побудові моделі формування системи підконтрольних показників ефективного управління необхідно враховувати не тільки ті чинники, на які підприємство може здійснювати вплив з метою досягнення цілей, але й застосовувати методи зменшення ризиків негативних діянь некерованих факторів. Серед основних об'єктів, факторів та методів адаптації варто виділити наступні (табл.1).

Таблиця 1. Основні об'єкти, фактори та методи адаптації

Об'єкти	Фактори	Методи
Потреби споживачів	Ринок потреб, трендів, моди	Моніторинг, «нав'язування потреб»
Конкуренти	Можливості, потенціал, інновації, цінова політика, запаси, стратегія	Інсайдерство, демпінг, підрив стратегії та планів конкурентів
Політичні та юридичні чинники	Політична ситуація, законодавство	Лобювання, оптимізація
Форс-мажорні чинники	Гео-, метеозагрози та ін.	Лімітування, страхування, захист
Ресурси	Ціни, інновації	Оптимізація запасів, хеджування, економія
Інформаційні технології	Програмне забезпечення	Пошук та розробка, вдосконалення

Використання методів контролінгу дає можливість раніше, ніж конкуренти, озброєні традиційними методиками, зазирнути за класичний прогнозний горизонт і дізнатися про можливі зміни попиту, проблеми у сфері взаємовідносин у навколишньому середовищі, обмеження ресурсів, зміну ефективності використовуваних нині технологій. Тому головний принцип контролінгу за Е. Майєром полягає в наступному: «сьогодні робити те, про що інші завтра тільки думатимуть» [2, с. 7]. Саме на це націлена спостережно-прогнозна адаптація, що іманентна підсистемі контролінгу. Важливою методологічною передумовою є забезпечення адаптивного типу керівництва, що зводиться до здатності керівника поєднувати різні стилі управління залежно від ситуації.

Адаптивна система контролінгу має носити випереджувальний характер. Такий підхід дозволить сформулювати систему контролінгу на засадах предикторного ефекту. При цьому повинні враховуватись сучасні вимоги щодо цільової спрямованості критеріїв та показників діагностики, оцінки моніторингової діяльності, напрямів та об'єктів контролінгу. Розвиток підприємства має відбуватися різносторонньо, унеможливаючи ситуацію нівелювання потенціалу одних відділів іншими, адже, виходячи з біокібернетичного представлення підприємства,

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

емерджентний ефект є можливим лише за органічної цілеспрямованої функціональності кожної одиниці. Єдиним винятком є наявність «економічних авантур» та антикризового санаційного управління.

Серед множини інструментів контролінгу для реалізації процесу адаптації є ситуаційний підхід, «дерево цілей», теорія співнаправленості та координації управління та ін. Основою структурних перетворень під впливом змінних параметрів мікро- та макросередовища є трансформація, інтеграція та генерація головних векторів менеджменту підприємства, що потребує переорієнтації в пріоритетах та у системі осмислення поточної ситуації та її наслідків управлінським персоналом. Тому головною передумовою формування системи контролінгу має стати готовність і прагнення управлінської команди до подібних нововведень, що сприятимуть розвитку стратегічного потенціалу організації [1].

Висновки. Обґрунтовано теоретичний підхід до формування адаптивної системи контролінгу як органічної цілісності функціональних систем менеджменту, що дозволить забезпечити реалізацію стратегії розвитку та досягнення цілей підприємства у майбутньому.

Зроблено акцент на тому, що контролінг дозволяє підприємству адаптуватися до постійних змін середовища та успішно функціонувати в умовах конкуренції. В процесі адаптації підприємство, для забезпечення свого виживання, набуває здатність для розвитку, самозахисту за допомогою заходів безпеки та ліквідації недоліків у фінансово-господарській діяльності, трансформації господарської, правової діяльності та системи управління.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аксентюк М. М. Контролінгове забезпечення стратегії розвитку підприємства / М. М. Аксентюк // Економіка та держава. — 2008. — № 7. — С.40–44.
2. Манн Р., Майер Э., Контроллинг для начинающих. / Манн Р. // Система управления прибылью. — М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2004. — 301 с.
3. Пушкар М.С. Контролінг — інформаційна підсистема стратегічного менеджменту: Монографія /М.С. Пушкар, Р.М. Пушкар. — Тернопіль: Карт-бланш, 2004. — 370 с.

kan97@yandex.ru

Надійшла до редколегії 05.04.2011 р.

УДК: 658.011.8:664

**М.А. Міненко,
О.В. Тур**
Національний університет
харчових технологій

**САНАЦІЯ,
РЕСТРУКТУРИЗАЦІЯ,
РЕОРГАНІЗАЦІЯ ЯК
ВЗАЄМОПОВ'ЯЗАНІ
ЕЛЕМЕНТИ АНТИКРИЗОВОГО
МЕНЕДЖМЕНТУ
НА ПІДПРИЄМСТВАХ**

Стаття присвячена визначенню взаємозв'язку між санацією, реструктуризацією, реорганізацією, як елементів антикризового менеджменту на підприємствах харчової промисловості. Автором запропоновано теоретичні підходи до антикризового менеджменту, що дасть змогу господарюючим суб'єктам розробляти заходи подолання кризових явищ.

Ключові слова: фінансова криза, антикризові менеджмент, антикризові заходи, санація, реструктуризація, реорганізація, банкрутство.

This article deals with the implementation of appropriate rehabilitation, restructuring, reorganization, as the elements of Crisis Management in the food industry. The author gives a number of activities Crisis management strategies that will allow business entities from the food industry effectively overcome the negative effects of the crisis.

Key words: the financial crisis, the antirecessionary management, the antirecessionary measures, the sanitation, the restructuring, the reorganization, the bankruptcy.

У системі управління суб'єктів господарювання на певному етапі розвитку можуть відбуватися негативні явища, які призводять до погіршення їхнього фінансового стану. Таким негативним явищем може бути криза. Для подолання підприємством наслідків кризи потрібно запровадити антикризове управління, яке є порівняно новим напрямом менеджменту. Зробити це можливо за умови чіткого розуміння процесів, що відбуваються. Як правило, фінансові труднощі суб'єкта господарювання спричинені фінансово-економічною кризою, яка може бути викликана світовою фінансово-економічною кризою, певними дисбалансами у господарській діяльності підприємств, а також рядом внутрішніх проблем.

Сьогодні для ефективного функціонування підприємствам харчової промисловості на ринку необхідно брати до уваги не тільки внутрішні, але й зовнішні фактори. До зовнішніх факторів відносяться: незбалансована грошово-кредитна і бюджетно-податкова політика; незадовільна структура доходів і витрат населення; нестабільність функціонування базових політико-правових інститутів; відставання у науково-технічному розвитку; конкуренція. До внутрішніх факторів відносяться: помилки у виробничій, фінансовій, маркетинговій стратегії; нераціональне використання ресурсів; непрофесійний менеджмент; низький рівень організаційної і корпоративної культури [5]. Все це призводить не тільки до випробувань і тимчасових ускладнень, але й до припинення діяльності підприємств харчової промисловості. Тому, особливо в умовах кризи, постає проблема пошуку й впровадження в практику заходів, реалізація яких забезпечить ефективність системи антикризового менеджменту, використання яких дозволило упередити подальше погіршення ситуа-

© М.А. Міненко, О.В. Тур, 2011 р.

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

ції. У випадку, коли результати діяльності підприємства знизилися до катастрофічного рівня і йдеться про банкрутство, розроблені заходи дозволяють підготувати й реалізувати програму оздоровлення, що включає: реструктуризацію, реорганізацію, як невід'ємні складові санації, які є взаємопов'язаними елементами антикризового менеджменту.

Якість антикризового менеджменту значною мірою визначається своєчасністю та обґрунтованістю рішень щодо санації. Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визначення його банкрутом» передбачено, що рішення про фінансову санацію підприємства може прийматися: у досудовому чи в судовому порядку [3]. Якщо в досудовому порядку, то вони відбуваються з ініціативи менеджменту чи власників підприємства, якому загрожує банкрутство. А також кредиторів, центральних органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, контрольних органів у межах своїх повноважень — коли існує загроза неплатоспроможності та оголошення підприємства банкрутом у недалекому майбутньому. Ці заходи проводяться згідно з чинним законодавством до початку порушення справи про банкрутство. У рамках досудової санації боржнику, його кредиторами, іншими особами в межах заходів щодо запобігання банкрутства підприємства може бути надана фінансова допомога в розмірі, достатньому для погашення зобов'язань перед кредиторами, у тому числі зобов'язань щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) і відновлення платоспроможності боржника. Надання фінансової допомоги боржнику зобов'язує його взяти на себе відповідні зобов'язання перед особами, які надали таку допомогу в порядку, встановленому законом. А у рамках судових процедур, що застосовуються до боржника після порушення справи про банкрутство, застосовують санаційну систему заходів, які здійснюються в процесі провадження справи про банкрутство з метою запобігання визнання боржника банкрутом та його ліквідації. Ці заходи спрямовані на оздоровлення його фінансового стану, а також на задоволення в повному обсязі або частково вимог кредиторів через кредитування, реструктуризацію боргів і капіталу та (або) зміну організаційної чи виробничої структури суб'єктів підприємницької діяльності [6].

У широкому розумінні санація — це сукупність усіх можливих заходів, спрямованих на фінансове оздоровлення суб'єкта господарювання. Вона включає систему фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів, спрямованих на досягнення чи відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості та конкурентоспроможності підприємства-боржника в довгостроковому періоді [7].

Доцільно відмітити, що при організації фінансової санації підприємств розрізняють три основні функціональні блоки: розробка плану санації; проведення санаційного аудиту; менеджмент санації [2].

Важливим документом під час виведення підприємства з кризи є план санації. Він розробляється на підставі програми санації, яка містить комплексне вивчення причин фінансової кризи, аналіз внутрішніх резервів, висновки про можливість залучення зовнішніх джерел фінансування. Для ефективного відновлення платоспроможності підприємства рекомендується в програму санації включати реструктуризацію.

Реструктуризація підприємства — це здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зміну форм власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню підприємства, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволенню вимог кредиторів [6].

У залежності від характеру заходів, які застосовуються, виділяють такі типи реструктуризації, як: реструктуризація управління підприємством; фінансова реструктуризація пасивів; реструктуризація виробництва та активів; корпоративна реструктуризація (реорганізація) [6].

Реструктуризація управління передбачає внесення змін в організаційній та в управлінській сфері підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності. Необхідність реструктуризації управління зумовлена зміною стратегії розвитку підприємства, що, як правило, є характерним у разі переходу суб'єкта господарювання на режим антикризового управління.

До типових антикризових заходів у рамках реструктуризації управління підприємством можна віднести такі: зміна керівництва підприємства; зміна типу (оптимізація) організаційної структури; впровадження нових, прогресивних форм та методів управління; «ревізія функцій» та розроблення нового положення про організаційну структуру; скорочення чисельності адміністративного персоналу в результаті скорочення чи перерозподілу функціональних обов'язків; заходи з підвищення ефективності маркетингу; ліквідація окремих підрозділів; горизонтальне та вертикальне об'єднання функцій.

Усі затрати, пов'язані з реструктуризацією управління, покриваються, як правило, за рахунок внутрішніх фінансових джерел.

Реструктуризація пасивів пов'язана зі зміною структури та розмірів власного та позичкового капіталу, а також зі змінами в інвестиційній діяльності підприємства. До основних заходів у рамках фінансової реструктуризації можна віднести такі: реструктуризація заборгованості перед кредиторами; списання заборгованості; одержання додаткових кредитів; збільшення статутного капіталу; обмін боргових зобов'язань на корпоративні права.

Зазначимо, що фінансова реструктуризація пасивів повинна в обов'язковому порядку супроводжуватися реструктуризацією виробництва, у іншому випадку заходи щодо покращення ситуації з фінансування можуть лише відстрочити ліквідацію підприємства на більш пізній період.

Реструктуризація виробництва та активів передбачає внесення змін у виробничо-господарську сферу підприємства з метою раціоналізації виробничих процесів, зниження рівня витрат, підвищення якості та конкурентоспроможності продукції. Реструктуризація виробництва супроводжується, як правило, реструктуризацією активів (зміни в структурі та складі активної сторони балансу). У рамках даного виду реструктуризації можуть проводитися такі заходи: модернізація, оновлення виробничих засобів; диверсифікація асортименту продукції та покращення її якості; зменшення витрат на виробництво; скорочення чисельності персоналу, зайнятого на виробництві; продаж частини основних засобів (наприклад, зайвого або застарілого обладнання); реструктуризація надлишкових запасів сировини та матеріалів; продаж окремих (непрофільних або низькорентабельних) підрозділів підприємства; лізинг або зворотний лізинг.

Реструктуризація виробництва, як правило, пов'язана зі здійсненням довгострокових інвестиційних вкладень. Для реалізації відповідних заходів слід залучати зовнішні фінансові джерела.

Найбільш складним видом реструктуризації є корпоративна реструктуризація. Корпоративна реструктуризація пов'язана з реорганізацією підприємства.

Реорганізація — це повна або часткова зміна власників корпоративних прав підприємства, зміна організаційно-правової форми організації бізнесу, ліквідація окремих структурних підрозділів або створення на базі одного підприємства декількох, наслідком чого є передання, прийняття його майна, коштів, прав та обов'язків правонаступникам. Отже, реорганізація підприємства є одним із напрямків його реструктуризації [3].

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Зрозуміло, що причини та мотиви, які спонукають власників та керівництво підприємства до прийняття рішення щодо реорганізації, визначають і форму майбутньої реорганізації. За формальними ознаками розрізняють такі три напрямки реорганізації:

Реорганізація, що спрямована на укрупнення підприємства — як специфічна форма фінансування, в санаційних цілях застосовується, коли підприємство-боржник не в змозі розрахуватися зі своїми боргами і змушене у судовому чи у досудовому порядку залучати санатора, який погасив би або взяв на себе заборгованість. Цей вид санаційної концепції передбачає втрату боржником свого колишнього юридичного статусу в результаті злиття, приєднання, чи поглинання (аквізицій).

Реорганізація, що спрямована на подрібнення підприємства (поділ, виділення), застосовується в санаційних цілях, якщо у підприємства, поряд із прибутковими секторами діяльності, є значна кількість виробництв, які є збитковими. Метою розукрупнення при цьому є виділення підрозділів, які є санаційноспроможними з тим, щоб провести їх фінансове оздоровлення, в тому числі шляхом приватизації. Структурні ж підрозділи, які не підлягають санації, залишаються в організаційній структурі підприємства, яке з часом оголошується банкрутом.

Реорганізація без змін розмірів підприємства (перетворення). Застосовується з метою приведення у відповідність правової форми організації господарської діяльності до внутрішніх та зовнішніх умов ведення бізнесу, що змінюються. У тому числі з метою розширення можливостей фінансування, в рамках реалізації політики реструктуризації управління тощо [2].

У разі реорганізації підприємства слід враховувати ряд законодавчих обмежень та вимог, а саме: порядок державної реєстрації (перереєстрації) та ліквідації суб'єктів господарювання; вимоги антимонопольного законодавства; вимоги щодо захисту інтересів кредиторів підприємства, його власників, персоналу тощо; порядок емісії акцій (у разі реорганізації АТ); можливі екологічні, демографічні та інші наслідки [3].

Проведення реструктуризації та реорганізації суб'єкта господарювання дасть змогу ефективно побороти кризу, підвищити конкурентоспроможність та фінансову стійкість та не допустити банкрутства підприємства.

Також, важливим документом під час виведення підприємства з кризи є проект санації, який розробляється на базі санаційної програми і містить: техніко-економічне обґрунтування санації; розрахунок обсягів фінансових ресурсів, необхідних для досягнення стратегічних цілей; конкретні графіки та методи мобілізації фінансового капіталу; строки освоєння інвестицій та їхньої окупності; оцінку ефективності санаційних заходів, а також прогнозовані результати виконання проекту [1].

Наступним елементом антикризового управління при оздоровленні діяльності підприємства є санаційний аудит, який проводиться аудиторськими компаніями на замовлення власників підприємства, потенційних санаторів, кредиторів та інших осіб, які можуть взяти участь у фінансуванні санації [2].

У процесі санаційного аудиту (оцінювання санаційної спроможності) розв'язуються такі завдання: проводиться аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства; визначаються причини фінансової кризи, її глибина та можливості подолання; робиться порівняльний аналіз сильних та слабких сторін підприємства; здійснюється економіко-правова експертиза передбачених планом санації заходів; оцінюються ризики, пов'язані з реалізацією плану санації; робиться висновок про доцільність санації чи ліквідації суб'єкта господарювання [3].

Не менш важливим компонентом санаційного процесу є санаційний менеджмент підприємства, який здійснюють штатні спеціалісти підприємства, а також фахівці, залучені ззовні на тимчасовій основі.

ФІНАНСИ ТА ФІНАНСОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

При відборі та підготовці штатних працівників потрібно приділяти увагу розвитку їхніх здібностей до управління в критичних ситуаціях, а також проводити психологічне тестування менеджерів. У кінцевому результаті необхідно залишити тих, які володіють індивідуальним мистецтвом управління, яке є вирішальним чинником виходу з кризи чи його пом'якшення.

До осіб, які, для виконання функцій антикризового менеджменту, залучаються (чи призначаються) ззовні належать: керуючі санацією, які призначаються відповідно до рішення господарського суду; представники банківських установ чи інших кредиторів у рамках заходів щодо супроводження проблемних кредитів, у тому числі консорціумних; працівники контролюючих органів (наприклад, податкової інспекції); аудитори, незалежні експерти, консультанти [3].

Потрібно зауважити, що для ефективного проведення санації спеціалісти з антикризового управління повинні завчасно виявити негативні процеси, а також можливу імовірність появи тих чи інших виробничих ситуацій, бути готовим до них і діяти адекватно обставинам, що склалися. Крім того, необхідно своєчасно виявляти та використовувати санаційні резерви, здійснювати постійний моніторинг фінансово-економічного стану підприємства, розробляти нові управлінські, фінансові і маркетингові стратегії, скорочувати постійні і змінні витрати, підвищувати продуктивність праці, залучати засновницькі засоби, посилювати мотивацію персоналу, а також приймати об'єктивні кваліфіковані рішення для подолання можливих перешкод під час здійснення оздоровчих заходів [7].

Слід відмітити, мета санації вважається досягнутою, якщо з допомогою зовнішніх та внутрішніх фінансових джерел, проведення організаційних та виробничо-технічних удосконалень підприємство виходить з кризи (нормалізує виробничу діяльність та уникає оголошення банкрутом з наступною ліквідацією) і забезпечує свою прибутковість та конкурентоспроможність у довгостроковому періоді [4].

Висновок. На думку автора санація, реструктуризація, реорганізація, як взаємопов'язані елементи антикризового менеджменту на підприємствах харчової промисловості дадуть змогу поліпшити фінансовий стан підприємства, через ефективне використання резервів, потенціалу підприємства, залучення інвестицій і необхідних методів управління. Це забезпечить пом'якшення впливу і наслідків кризи, а також унеможливить виникнення загрозливих ризиків для підприємства та забезпечить його фінансове оздоровлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Макаровська Т. П., Бондар Н. М. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. — К.: МАУП, 2003. — 304 с.
2. Терещенко О.О. Фінансова санація та банкрутство підприємств: Навч. Посібник. — К.: КНЕУ, 2000. — 412 с.
3. Фінансовий менеджмент: Підручник/ Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. — К.: КНЕУ, 2005. — 536 с.
4. Фінанси підприємств: Підручник/ Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. 3-тє вид., перероб. Та доп. — К.: КНЕУ, 2000. — 460 с., іл.
5. Антикризовий менеджмент [Електронний ресурс]: <http://uk.wikipedia.org/wiki>
6. Антикризове фінансове управління підприємством [Електронний ресурс]: http://www.vuzlib.net/fm_P/12-1.htm
7. Фінансова санація та банкрутство підприємств [Електронний ресурс]: www.vuzlib.net/fp_P/11-1.htm

mnpk_nyxt@mail.ru

Надійшла до редакції 14.04.2011 р.

ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ В ХАРЧОВІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті досліджено проблеми інвестування в основний капітал за видами економічної діяльності, динаміку інвестицій в основний капітал за джерелами фінансування. Обґрунтовано, що ефективний розвиток регіональної економіки неможливий без активізації інвестиційного процесу, істотного збільшення обсягу інвестицій, пошуку найефективніших джерел фінансування. Запропоновано заходи з підвищення активізації інвестиційної діяльності в регіоні.

Ключові слова: промисловість, інвестиції, інвестиційний процес, іноземні інвестиції, ефективність, державне регулювання, економічний розвиток.

Investments in the basic capital by kinds of economic activities, dynamics of the investment in the basic capital on sources of financing. It is shown that the effective development of regional economy is impossible without the investment process activation, essential increase of investment volume, search of the most effective investment sources. The means of the investment activation in the region are suggested.

Key words: industry, investment, investment process, foreign investment, effectiveness, state regulation, economic development.

В сучасних умовах господарювання Україна знаходиться на шляху всебічних економічних перетворень. Особливого значення набуває налагодження стабільного інвестиційного процесу. Нестача капіталу є головною проблемою перехідної економіки. Важливість грошей для економічної системи можна, без сумніву, порівняти із важливістю крові для організму людини. Коли економічний організм знаходиться на початку процесу свого відновлення, йому вкрай необхідні додаткові ін'єкції, тобто фінансові впливання, які б були каталізатором економічного розвитку.

Харчова промисловість виступає однією з провідних галузей економіки Чернівецької області, яка забезпечує найважливіші стратегічні інтереси регіону. На жаль, інвестиційний клімат на Буковині не можна назвати сприятливим. Він характеризується загальною економічно нестабільністю, нестабільністю законодавства, нерозвиненістю банківської системи та браком фінансових ресурсів.

Необхідною умовою стійкого економічного росту харчової промисловості є активізація інвестиційної діяльності, а виробництво конкурентоспроможної продукції, як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках, залежить від інвестиційної діяльності господарюючих суб'єктів.

Вивченням та дослідженням даного питання займалися наступні науковці: Воробйов Ю.М., Галиця І.О., Геєць В., Гладка У.Б., Макаренко І.О., Сичевський М.П., Крисанов Д., Лемішко О.О., Денисенко М.П., Шевчук І.П., Ганич Я.В., Павленко Л.Н., Марченко О.О., Захарін С.В., Чирик Н.В., Червова Л., Назарчук М., Покропивний С.Ф., Крупка І.М. та ін., які визначали роль і значення інвестицій у забезпеченні ефективного розвитку економіки України.

Для виходу на сучасний техніко-технологічний рівень промислові підприємства гостро потребують широкомасштабних інвестицій.

В зв'язку з високою потребою в інвестиціях для оновлення основних засобів в економіці необхідно використовувати найбільш прогресивні форми і методи. В розвинутих країнах основна маса інвестицій направляється на модернізацію, переобладнання і вдосконалення діючого виробництва. Нове будівництво розгортається тільки тоді, коли неможливо збільшити виробництво продукції на діючих потужностях.

Система фінансового забезпечення інвестиційного процесу складається з органічної єдності джерел, методів і форм фінансування інвестиційної діяльності.

Слід відзначити, що структура використовуваних джерел фінансування інвестицій визначає структуру вкладень. Так, використання власного капіталу не збільшує фінансової залежності і не потребує своєчасної оплати його використання, тому власний капітал частіше використовується в реалізації середньо- і довготермінових проектів. Позиковий капітал відрізняється підвищеним рівнем фінансової залежності, потребує оплати у вигляді процентних або дивідендних виплат, тому в умовах української економіки використання позикового капіталу визначається коротко- і середньостроковими програмами з гарантованим терміном окупності.

Обсяг інвестицій в основний капітал Чернівецької області за джерелами фінансування поданий в таблиці 1.

Таблиця 1. Інвестиції в основний капітал за джерелами фінансування [6]

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Всього, млн. грн., в т.ч. за рахунок	326,0	520,2	655,5	754,8	1451,4	2332,0	3732,6	2602,1
коштів державного бюджету	12,4	99,2	171,1	144,5	282,8	234,3	838,8	578,7
коштів місцевих бюджетів	8,9	25,7	49,7	46,3	105,5	122,5	153,1	68,8
власних коштів підприємств та організацій	140,2	209,8	213,3	236,1	508,2	1065,8	982,5	840,4
коштів іноземних інвесторів	3,7	5,8	6,1	14,0	58,3	5,5	55,7	28,3
коштів населення на житлове будівництво	28,1	41,4	91,6	115,6	235,1	485,8	646,2	347,4
кредитів банків та інших позик	18,4	71,3	57,7	119,8	202,8	293,6	890,9	624,2
інших джерел фінансування	114,3	67,0	66,0	78,5	58,7	124,5	165,4	114,3
Відсотків до загального обсягу								
Всього, в т.ч. за рахунок	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
коштів державного бюджету	3,8	19,1	26,1	19,1	19,5	10,0	22,5	22,2
коштів місцевих бюджетів	2,7	5,0	7,6	6,1	7,3	5,3	4,1	2,6
власних коштів підприємств та організацій	43,0	40,3	32,5	31,3	35,0	45,7	26,3	32,3
коштів іноземних інвесторів	1,1	1,1	0,9	1,9	4,0	0,2	1,5	1,1
коштів населення на житлове будівництво	8,6	7,9	14,0	15,3	16,2	20,9	17,3	14,4
кредитів банків та інших позик	5,7	13,7	8,8	15,9	14,0	12,6	23,8	24,0
інших джерел фінансування	35,1	12,9	10,1	10,4	4,0	5,3	4,5	4,4

Як бачимо з таблиці 1, інвестиції в основний капітал Чернівецької області здійснюються здебільшого за рахунок власних коштів підприємств та організацій. В 2009 р. їх частка складала 32,3 % від загального обсягу інвестицій в основний капітал області, що на 6 % більше, ніж у 2008 р.

Найменшу частку інвестицій в основний капітал Чернівецької області займають кошти іноземних інвесторів — 1,1 %, що в порівнянні з 2008 р. зменшилися на 27,4 млн.грн.

Враховуючи важкість доступу до зовнішніх джерел фінансування, найбільш розповсюдженим джерелом фінансування інвестицій в реальному секторі економіки є власні кошти підприємств, до яких відносяться: чистий прибуток від виробничої і фінансової діяльності підприємства; амортизаційні відрахування; страхові відшкодування збитків, викликані втратою майна; кошти від продажу основних засобів. Найважливішими власними джерелами фінансування інвестицій є чистий прибуток і амортизаційні відрахування.

Отже, розглянемо позитивні та негативні характеристики джерел фінансування основних фондів (табл.2).

Таблиця 2. Характеристика джерел фінансування

Переваги	Недоліки
<i>Власні джерела фінансування</i>	
1.Оперативність використання 2.Забезпечення фінансової стійкості розвитку підприємства, його платоспроможності в довгостроковому періоді 3.Зниження ризику банкрутства 4. Проведення поточного моніторингу	1.Заморожування коштів 2.Зниження рівня ліквідності 3.Відсутність зовнішнього контролю 4.Допоміжні витрати на консалтинг та аудит 5.Низький коефіцієнт оборотності капіталу
<i>Позикові кошти</i>	
1.Можливість розвитку виробництва, збільшення прибутковості власного капіталу 2. Здатність швидко оновлювати основні засоби без значних одноразових грошових витрат 3.Наявність зовнішнього контролю 4.Відсотки за користування кредитів відносяться до складу собівартості продукції, тобто виконують роль податкового щита. 5.Придбане в кредит майно відображається на балансі підприємства, на нього нараховується амортизація. 6.Оплата майна в розстрочку 7.Лізингове обладнання одночасно слугує заставою 8.Відсоткова ставка по лізингових платежах, як правило, нижча, ніж при одержанні кредиту. 9. Невиплата лізингових платежів не приводить до банкрутства.	1. Високі відсотки по кредиту. 2.Надаються, як правило, лише в формі короткострокового кредиту. 3.Можуть стати перепорою для одержання інших форм фінансування або підвищити його вартість. 4.Залежність (боргова) від кредиторів 5.Необхідність застави 6.Необхідна 100% -ва гарантія повернення кредиту і відсотків за його використання. 7.Довгострокові позики характеризуються високим ступенем ризику 8.Амортизація обладнання у лізингоотримувача не включається в собівартість продукції. 9.Під неліквідне обладнання вимагається додаткове забезпечення. 10.Договори лізингу часто містять обмежувальні умови. 11.При суттєвій інфляції лізингоотримувач може не вигравати на придбанні обладнання за кінцевою вартістю
<i>Залучені кошти</i>	
1.Акумуляування значних фінансових ресурсів шляхом розміщення акцій 2.Залучення фінансових ресурсів дає змогу підприємству вільно маневрувати структурою цих ресурсів 3.Виплата дивідендів за акціями не обов'язкова і не представляє загрози банкрутства 4.Проста процедура випуску облігацій 5.Високий ступінь контролю іноземних інвестицій 6.Високий рівень страхування іноземних інвестицій	1.Можливість втрати частини власності 2. Приватні акціонерні товариства не можуть залучати значні обсяги інвестиційних ресурсів 3.Розміщення акцій — складний і дорогий процес 4.Часткове обмеження самостійності 5.Важкий та довгий період залучення

Збільшення величини внутрішніх джерел фінансування відтворення основних засобів в сучасній економіці можливо за рахунок прибутку підприємства на основі оптимізації структури продукції, яка виготовляється, і формування раціональної амортизаційної політики підприємства, яка направлена на збільшення його грошового потоку.

Висновки. Основними напрямками з підвищення активізації інвестиційної діяльності в Чернівецькому регіоні є:

загальне пожвавлення економіки, наявність розвиненої інфраструктури та умов, які забезпечують можливість реального їх функціонування. Лише тоді виникає реальна потреба у відтворенні основних засобів, а його функціонування стає високоефективним;

ефективне функціонування структури відтворення основних засобів для забезпечення ліквідності криз платежів, припинення відтоку капіталів, стимулювання інвестиційної діяльності, особливо у вільних економічних зонах;

визначення структури відтворення основних засобів на перспективу;

припинення відтоку капіталу в тіньову економіку та за кордон. Для цього слід проводити політику піднесення економіки країни на основі довгострокової програми легалізації тіньових капіталів, посилення контролю за економічною діяльністю суб'єктів господарювання;

необхідно здійснювати науково-обґрунтовану реструктуризацію, входження організаційно неефективних підприємств у транснаціональні об'єднання;

Інноваційний механізм України повинен функціонувати на основі чинних законів і нормативних актів, що відповідають усім елементам цього механізму, поєднання скоординованості заходів загальнонаціонального і регіонального рівнів, простоти і автоматизму їх дії в рамках законодавчих актів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Воробйов Ю.М. Формування власного фінансового капіталу підприємств / Ю.М. Воробйов // Фінанси України. — 2002. — №6. — С. 36.
2. Галиця І.О. Основні фонди: відтворення з урахуванням нових реалій розвитку / І.О. Галиця // Фондовий ринок. — 2002. — №3.
3. Гєєць В. Передумова та можливості активізації інвестиційної діяльності в Україні / В. Гєєць // Банківська справа. — 1999. — №5. — С. 3 – 10.
4. Гладка У.Б. Інвестиційна діяльність та її державне регулювання / У.Б. Гладка // Регіональна економіка. — 2009. — №2. — С.49 – 55.
5. Захарін С.В. Інвестиційне забезпечення відтворення основних фондів / С.В.Захарін // Економіка України. — 2007. — №5. — С. 43 – 51.
6. Інвестиційна та будівельна діяльність на Буковині у 2002 – 2009 роках. Статистичний збірник / за ред. В.С. Дроня // Головне управління статистики у Чернівецькій області. — Чернівці. — 2010. — 96с.
7. Інвестиційний потенціал області за 2009 рік [Електронний ресурс]: [Прес-випуск № 09-02-47/16 від 25 січня 2010р.] / Головне управління статистики у Чернівецькій області.; ред. Т.Г. Сарчинська. — Режим доступу: <http://www.oblstat.cv.ukrtel.net>
8. Інвестиції в основний капітал по Чернівецькій області у порівнянні з регіонами України у 2009 році. Статистичний бюлетень / Т.В. Растопчина // Головне управління статистики у Чернівецькій області. — Чернівці. — 2010. — 10 с.

volinnapog@ukr.net

Надійшла до редакції 14.04.2011 р.

ДО ВІДОМА АВТОРІВ

Шановні колеги!

Редакційна колегія збірника «*Наукові праці НУХТ*» запрошує Вас до публікації наукових робіт.

Засновник та видавець журналу: Національний університет харчових технологій.

Журнал зареєстрований Президією ВАК України (Постанова № 1-05/6 від 16.12.2009 р.) як наукове видання з технічних та економічних наук.

У журналі висвітлюються результати науково-дослідних робіт з технології харчових продуктів, хімічних, біохімічних, мікробіологічних процесів, апаратів, обладнання, автоматизації харчових виробництв та економіки харчової промисловості.

Обсяг статей — до 10 машинописних аркушів.

ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТЕЙ ЕКОНОМІЧНОГО ЗМІСТУ

Статті мають бути підготовлені з урахуванням Постанови Президії ВАК України № 7-05/6 «Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України». Друкуються наукові статті, які мають такі необхідні елементи: **постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями; аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання певної проблеми і на які спирається автор; виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі.**

До публікації приймаються раніше не публіковані статті, що містять результати фундаментальних теоретичних розробок та найзначніших прикладних досліджень викладачів, наукових співробітників, докторантів, аспірантів. Всі статті підлягають обов'язковому рецензуванню членами редколегії — провідними спеціалістами у відповідній галузі харчових технологій, яких призначає науковий редактор журналу.

Рукопис статті надсилається у двох примірниках, українською мовою, включаючи таблиці, рисунки, список літератури.

Статті подаються у вигляді **вичитаних** роздруківок на папері формату А4 (поля з усіх сторін по 2 см, шрифт **Arial** кегль 14, інтервал 1,5) та електронної версії (редактор Microsoft Word) на дискеті діаметром 3,5", місткістю 1,44 МВ. На дискеті не повинно бути інших версій та інших статей, у тексті статті на дискеті — порожніх рядків. Між словами допускається лише один пробіл. Усі сторінки тексту мають бути пронумеровані.

На першій сторінці наводяться: у лівому верхньому куті — шифр УДК, нижче справа в стовпчик: ініціали і прізвища авторів напівжирним шрифтом, їх наукові ступені звичайним шрифтом українською та англійською мовами, назва установи, де було виконано роботу, електронна адреса курсивом; наступний рядок по центру — назва статті великими напівжирними літерами українською та англійською мовами, під назвою з абзацу — анотації українською та англійською мовами з ключовими словами (5–6 слів / ключових словосполучень, які є основою для включення статті в певні розділи реферативних журналів), набрана світлим курсивом. **Розмір анотації від 1/2 до 2/3 сторінки. Анотації мають містити коротку інформацію щодо об'єкту та методик досліджень з наведенням основних результатів роботи та рекомендаціями щодо сфери їх застосування.**

У кінці першої сторінки, під короткою рисою, ставиться знак авторського права, ініціали, прізвища авторів, рік.

Таблиці (у Word або Excel) можна давати як у тексті, так і в окремих файлах (на окремих сторінках). Кожна таблиця повинна мати тематичний заголовок, набраний напівжирним шрифтом, і порядковий номер (без знака №), якщо таблиць кілька. Якщо таблиця одна, то дається тільки заголовок (без слова «Таблиця»). Слово «Таблиця» і номер — курсивним шрифтом, заголовок — напівжирним. Таблиці мають бути відкри-

тими — без бокових, нижньої і горизонтальних лінійок у полі таблиці. Розграфлюється лише шапка таблиці світлими лініями.

Ілюстрації мають бути виконані ретельно, на білому папері й розміщені в тексті, та в окремих файлах (*формати BMP, TIF, JPG, CDR, WMF, EMF*) *не менше 300 DPI*.

Фотографії друкуються лише у разі крайньої потреби, вони мають бути чіткими, контрастними, виконаними на білому фотопапері, розмірами 69 см.

Підписи до рисунків набираються на окремій сторінці або безпосередньо під рисунками прямим шрифтом.

Повторення одних і тих самих даних у тексті, таблицях і на рисунках не допускаються.

Формули вставляються прямо в текст за допомогою редактора формул. Нумерація формул — арабськими цифрами у круглих дужках біля правого поля сторінки.

Стаття повинна мати наступну структуру:

Вступ (постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із останніми дослідженнями і публікаціями, а також з важливими науковими і практичними завданнями з обов'язковими посиланнями в тексті на використану літературу. Автор повинен виділити із загальної проблеми ту частину, яку він досліджує, і показати її наукову новизну та актуальність).

Постановка завдання (формулювання мети і методів дослідження теми, що розглядається).

Результати (виклад основного матеріалу дослідження і обґрунтування одержаних наукових результатів).

Висновки (наукова новизна, теоретичне і практичне значення досліджень (наприклад, соціально-економічний ефект, який виникає внаслідок впровадження наукових результатів). Перспективи подальших наукових розробок у цьому напрямі).

Після тексту статті з нового рядка по центру пишеться слово «**ЛІТЕРАТУРА**» і в алфавітному або порядку згадування в тексті наводиться список літературних джерел (кожне джерело з абзацу). Бібліографічні описи оформляються згідно з ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила составления» та вимогами ВАК України. У тексті цитоване джерело позначається у квадратних дужках цифрою, під якою воно стоїть у списку літератури. Бібліографічний опис подається мовою видання. Не допускається посилання на неопубліковані матеріали. У переліку джерел мають переважати посилання на роботи останніх років.

Стаття закінчується написом «*Надійшла до редколегії (дата)*» (набраним світлим курсивом). За дату одержання статті вважають дату надходження її до редакції.

Прізвища іноземних авторів у тексті статті треба наводити в українській транскрипції.

Роздрукований варіант статті підписують усі автори.

До статей додаються: *виписка з протоколу засідання кафедри (підрозділу) з рекомендацією роботи до друку; відомості про авторів (прізвище, повне ім'я та по батькові, науковий ступінь, місце роботи, номери контактних телефонів, адреса, електронна адреса)*.

У разі одержання статті, оформленої з порушенням запропонованих «ВИМОГ», редакція статтю реєструє, але не рецензує і не повертає її авторам. За необхідності доопрацювання статті відповідно до зауважень рецензента авторам направляється екземпляр рукопису, який разом із рецензією, відповіддю рецензентові, двома екземплярами виправленої статті та дискетою з виправленим текстом слід повернути до редакції протягом 1 місяця. В протилежному випадку публікація статті переноситься на наступний номер. У разі негативної рецензії, яка виключає можливість доопрацювання статті, і відхилення рукопису статтю разом з рецензією повертають авторам.

Детальнішу інформацію можна одержати в редколегії журналу, контактний телефон 287-96-18, відповідальний секретар Закревська Людмила Миколаївна.

Запрошуємо до співпраці!

Редколегія

Наукове видання

НАУКОВІ ПРАЦІ **НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ** **ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

SCIENTIFIC WORKS
OF NATIONAL UNIVERSITY
OF FOOD TECHNOLOGIES

№ 41

Комп'ютерна верстка *Л.В. Різніченко*

Підп. до друку 23.12.11 р. Формат 70×100/16
Обл.-вид. арк. 17,80. Ум. друк. арк. 16,77.
Гарнітура SchoolBookСТТ. Друк офсетний.
Наклад 300 прим. Вид. № 41/11. Зам. № 28-11.

НУХТ. 01601 Київ-33, вул. Володимирська, 68

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого
засобу масової інформації № 7252, серія КВ,
видане 29 квітня 2003 р.