

Національний авіаційний університет

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 35

Київ 2010

УДК 656.7

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ:

Збірник наукових праць: Випуск 35.- К.: НАУ, 2010. - 188с.

Збірник присвячено актуальним проблемам використання системного підходу при дослідженні соціальних та технічних систем.

Розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питаннями створення, дослідження та використання організаційних, організаційно-технічних та економічних систем.

Головний редактор - Загорулько В.М., д.е.н., проф., (штатний працівник НАУ)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ.

Тематична спрямованість з економічних наук:

Жаворонкова Г.В., д.е.н., проф., (штатний працівник НАУ); Коба В.Г., д.е.н., проф.; Кулаєв Ю.Ф., д.е.н., проф., (штатний працівник НАУ); Ложачевська О.М., д.е.н., проф., (штатний працівник НАУ); Матвєєв В.В., к.е.н., доц., (штатний працівник НАУ); Мова В.В., д.е.н., проф.; Петровська С.В., к.е.н., доц. (штатний працівник НАУ); Рибалкін В.О., д.е.н., проф., (штатний працівник НАУ); Ященко Л.А., д.е.н., проф., (штатний працівник НАУ).

Тематична спрямованість з технічних наук:

Азарсков В.М., д.т.н., проф. (штатний працівник НАУ); Дем'янчук В.С., д.т.н., проф.; Олешко Т.І., д.т.н., проф. (штатний працівник НАУ); Пономаренко Л.А., д.т.н., проф.; Сидоров М.О., д.т.н., проф. (штатний працівник НАУ); Соломенцев О.В., д.т.н., проф. (штатний працівник НАУ); Юн Г.М., д.т.н., проф. (штатний працівник НАУ).

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора та кандидата з технічних та економічних наук, затвердженою постановою президії ВАК України від 10.02.2010 р. №1-05/1 // Бюлетень ВАК України. – 2010. – №3.

Друкується за постановою вченої ради НАУ.

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 8776 від 24.05.2004 року.

УДК 330.45

С.В. Петровська

МАРКЕНГОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ АВІАКОМПАНІЙ

Вперше сформовані методологічні основи сутності маркетингової потенціалу авіакомпанії цивільної авіації, які суттєво відрізняються від раніш введених понять.

Ключові слова: потенціал; методологія; маркетинг; цивільна авіація.

Впервые сформированы методологические основы сущности маркетингового потенциала авиакомпании гражданской авиации, которые существенно отличаются от раньше введенных понятий.

Ключевые слова: потенциал; методология; маркетинг; гражданская авиация.

Methodological bases of marketing essence are first formed in a civil aviation, which substantially differ from before the entered concepts.

Keywords: potential; methodology; marketing; civil aviation.

Постановка проблеми. В сучасній теорії маркетингу застосовуються різноманітні економічні прийоми, методи і моделі при плануванні й організації маркетингової діяльності підприємств. Разом з тим у практиці вітчизняних фірм застосовується лише мала частка передового економічного інструментарію, що може бути пояснене як не використання ряду інструментів у сучасних українських умовах, так і низкою маркетинговою кваліфікацією керівників багатьох авіакомпаній.

Тому у галізі цивільної авіації залишається невирішеною проблема оцінки маркетингового потенціалу авіакомпаній. Знизити деякий дисбаланс між теоретичними наробітками маркетингу і їхнім практичним застосуванням у авіакомпаніях можливо за допомогою нової економічної категорії - потенціалу маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останнім часом з'явилася досить більша кількість публікацій щодо потенціалу підприємства (компанії).

Зокрема О.І. Амоша зі співавторами аналізує сутність виробничого потенціалу, а також формує ряд проблем його відновлення й розвитку [1].

Велику увагу в публікаціях приділяється формуванню та розвитку стратегічного потенціалу підприємства такими, зокрема, вченими, як І.Р. Бузько зі співавторами [2], Т.В. Калінеску зі співавторами [3], С.І. Бай [4] та інші.

Економічний потенціал підприємства розглядає Є.В. Лапін [5].

Теоретичні основи інвестиційного потенціалу розглядає А.І. Єгоров [6].

Багато уваги в літературі приділяється трудовому потенціалу. Це, зокрема, роботи М.М. Кіма [7], В.М. Лича [8] тощо.

Сутність інформаційного потенціалу розглядає у своїй дисертаційній роботі І.І. Новаківський [9].

У той же час, з нашої точки зору, тільки В.І. Щелкунов застосував комплексний підхід до дослідження потенціалу підприємства [10].

В Україні існує тільки одна монографія С.Е. Сардака зі співавторами [11], в якій розглядається потенціал маркетингу в промисловості. Ця монографія орієнтована на хімічну промисловість.

Це дозволяє зробити висновок, що дослідження потенціалу авіапідприємств в Україні не проводиться.

Мета статті. На базі системного підходу сформувані методологічні основи сутності маркетингово потенціалу авіакомпанії цивільної авіації.

Виклад основного матеріалу. Поняття потенціалу досить широко застосовується в економічній науці. Згідно загальноприйнятим представленням потенціал – сукупність ресурсів і можливостей підприємства, що визначають перспективи його діяльності при тих або інших сценарних варіантах зовнішніх умов. Являє собою взаємозалежну сукупність техніко-технологічного, майнового фінансового, товарного і ресурсно-ринкового, науково-дослідного й іншого видів потенціалу [13].

З нашої точки зору, для авіакомпаній більш раціонально застосувати класифікацію потенціалів, яку запропонував В.І. Щелкунов [10]. Він запропонував ділити потенціал на наступні складові:

- технічний потенціал;
- технологічний потенціал;
- фінансовий потенціал;
- трудовий потенціал;
- інформаційний потенціал;
- управлінський потенціал;
- організаційний потенціал;
- потенціал відносин із зовнішнім середовищем.

Згідно [10, с.16] під технічним потенціалом розуміються устаткування, засоби й запаси, які пов'язані з перетворенням ресурсів у кінцевий продукт; під технологічним потенціалом - використовувані на підприємстві технології виробництва; під трудовим потенціалом - кількість, демографічний склад, кваліфікаційний і освітній рівень персоналу; інформаційний потенціал ділиться на дві частини, перша являє собою інформацію про наявність передових технологій, конкурентно - здатних ідей і наукових заділів, друга складова - інформація про організацію й зовнішнє середовище, можливості її розширення; фінансовий потенціал містить у

собі стан активів, ліквідність, наявність кредитних ліній; управлінський потенціал представляє можливості і якісний рівень апарата керування; організаційний - характер і гнучкість керуючої системи, особливості прийняття рішень, інформацію про прийняті й реалізовані рішення; потенціал відносин із зовнішнім середовищем є множиною стійких зв'язків, сформованих у результаті функціонування організації в зовнішньому середовищі.

Відносно авіакомпанії можна зробити наступні уточнення. Під технічним потенціалом авіакомпанії розуміються: повітряні судна (ПС); устаткування, засоби й запаси, які пов'язані з перевезеннями авіапасажирів та вантажів. Під технологічним потенціалом авіакомпанії розуміються: технологія обслуговування пасажирів та вантажів (наприклад, у бюджетних компаній відмінна від інших авіакомпаній така технологія); технологія взаємодії з аеропортами, системою управління повітряним рухом, АТБ, АРЗ. Відносно інформаційного потенціалу треба уточнити, що перша його складова повинна, поряд із зазначеними складовими, включати інформацію про характеристики і рівень безпеки ПС.

Для формування потенціалу маркетингу авіакомпанії треба застосувати комплексний і системний підходи [12].

На рис.1 представлено порядок формування потенціалу маркетингу авіакомпанії на базі цих підходів.

В першу чергу формуються:

- потенціал іміджу авіакомпанії;
- потенціал маркетингу взаємовідносин;
- потенціал маркетингу, спрямованного на пасажирів та вантажі.

Потенціал іміджу авіакомпанії формується на базі оцінок:

- організаційного потенціалу;
- технічного потенціалу;
- управлінського потенціалу;
- фінансового потенціалу;
- трудового потенціалу.

Використання в цьому випадку категорії іміджу пояснюється таким чином. Як відомо, імідж - образ, репутація, думка широкої публіки, споживачів і клієнтів про престиж організації, її продуктах і послугах, репутації керівників [14, с.52]. Тому авіапасажири не знають всіх даних про авіакомпанію, а мають тільки своє "бачення" неї, і керуються тільки образом, репутацією.

На підставі зазначених п'яти оцінок формується потенціал іміджу авіакомпанії, як емерджентна властивість, яку не можна визначити, вивчаючи ці складові окремо [12].

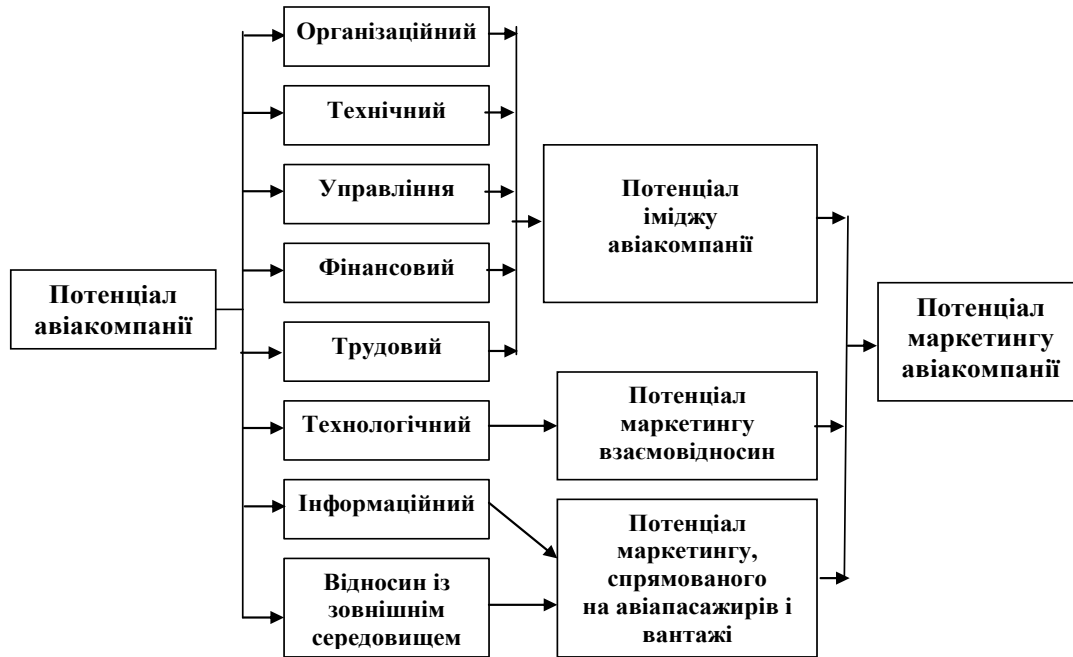


Рисунок 1. Формування потенціалу маркетингу авіакомпанії

Маркетинг взаємовідносин був розглянутий автором у роботі [15].

На базі вказаного дослідження можна визначити потенціал маркетингу взаємовідносин, як емерджентну властивість, що формується на базі:

- потенціалу прямого впливу авіакомпанії на постачальників;
- потенціалу прямого впливу постачальників на авіакомпанію;
- потенціалу взаємовідносин авіакомпанії та постачальників;
- потенціалу прямого впливу авіакомпанії на аеропорти;
- потенціалу прямого впливу аеропортів на авіакомпанію;
- потенціалу взаємовідносин авіакомпанії та аеропортів;
- потенціалу взаємовідносин авіакомпанії та системи управління

повітряним рухом;

- потенціалу прямого впливу авіакомпанії на інші авіакомпанії;
- потенціалу прямого впливу інших авіакомпаній на авіакомпанію;
- потенціалу взаємовідносин авіакомпанії та інших авіакомпаній;
- потенціалу взаємовідносин авіакомпанії та АТБ;
- потенціалу взаємовідносин авіакомпанії та АРЗ.

Потенціал маркетингу, спрямованого на авіапасажирів і вантажі, є емерджентна властивість, сформована на базі інформаційного потенціалу і потенціалу відносин з зовнішнім середовищем.

У данному випадку інформаційний потенціал – це можливості поповнення баз даних та можливості швидкого представлення необхідних відомостей робітникам авіакомпанії.

В основі потенціалу відносин з зовнішнім середовищем лежить теорія 6Р, яка є розвитком теорії 4Р [14].

Цей потенціал є емерджентна властивість, що формується на базі:

- product – потенціалу (послуга: безпека, властивості послуги, дизайн і ергономіка);
- price – потенціалу (ціна: націнки, знижки);
- promotion – потенціалу (просування: реклама, піар, стимулювання);
- place – потенціалу (місце розташування: авіакомпанії та аеропортів, персонал);
- purchase – потенціалу (процес прийняття рішення про конкретний політ і досвід після нього);
- people – потенціалу (VIP- клієнти, конкретні персони).

Висновок. Потенціал маркетингу авіакомпанії являє собою сукупність її ресурсів і можливостей, що визначають перспективи розвитку, і формується на базі потенціалів маркетингу, спрямованого на авіапасажирів і вантажі, маркетингу взаємовідносин та іміджу з урахуванням емерджентної властивості їх взаємодії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Амоша, А.И. Производственный потенциал: проблемы обновления и развития [Текст] / А.И. Амоша, Н.И. Иванов, Л.Т. Хижняк, С. З. Левитан, Г.О. Маландина; НАН Украины; Институт экономики промышленности. — Донецк : ИЭП НАНУ, 2002. — 74с
2. Бузько, И.Р. Стратегический потенциал и формирование приоритетов в развитии предприятий [Текст] / И.Р. Бузько, И.Е. Дмитренко, Е.А. Сущенко; Восточнoукраїнський національний ун-т ім. Володимира Даля; Донбасский горно-металлургический ин-т. — Алчевск : Издательство ДГМИ, 2002. — 217с.
3. Калінеску, Т.В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток: монографія [Текст] / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов; Східноукраїнський національний ун-т ім. Володимира Даля. — Луганськ, 2007. — 272с.
4. Бай, С.І. Розвиток організації: політика, потенціал, ефективність: монографія [Текст] / Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К: КНТЕУ, 2009. — 280с
5. Лапин, Е.В. Экономический потенциал предприятия [Текст] / Е.В. Лапин. — Сумы : Университетская книга, 2002. — 310с.
6. Егоров, А.И. Институционализм: инвестиционный потенциал: формирование и реализация [Текст] / А.И. Егоров. — Х., 2007. — 188с. — (Современная парадигма)
7. Ким, М.Н. Трудовой потенциал: формирование, использование, управление: учеб. пособие [Текст] / М.Н. Ким; Харьковский национальный ун-т им. В.Н.Каразина. — Х. : ХНУ им. В.Н.Каразина, 2003. — 248с.
8. Лич, В.М. Трудовий потенціал: теорія та практика відтворення [Текст] / В.М. Лич. — К. : Науковий світ, 2003. — 314с.
9. Новаківський, І.І. Інформаційний потенціал системи управління підприємством: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 [Текст] / І.І. Новаківський; Національний ун-т "Львівська політехніка". — Л., 2002. — 20с.
10. Щелкунов, В.И. Производственный потенциал Украины. Стратегия формирования и использования [Текст] / В.И. Щелкунов; Киевский международный ун-т гражданской авиации. — К, : КМУГА, 1999. — 245с.
11. Сардак, С.Е. Потенціал маркетингу в промисловості України: монографія [Текст] / С.Е. Сардак, В.П. Колесніков, Б.А. Кіор, В.В. Назаренко, І.М. Демиденко; Державний вищий навчальний заклад "Український держ. хіміко-технологічний ун-т". — Д. : ДВНЗ УДХТУ, 2008. — 158с.
12. Мова, В.В. Системный подход в экономике [Текст] / В.В. Мова, Ю.П. Колбушкин; Национальный авиационный университет. — К.: НАУ, 2004. — 204с.
13. [Электронный ресурс] – Режим доступа:http://mirslouvrei.com/content_eco/
14. Голубков, Е.П. Маркетинг: Словарь-справочник [Текст] / Е.П. Голубков. — М.: Дело, 2000. — 440с.
15. Петровська, С.В. Маркетинг взаємовідносин у цивільній авіації: системний аналіз [Текст] / С.В. Петровська; Національний авіаційний університет // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. — К.: НАУ, 2006. — №19 — С. 10 – 17.

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ В УКРАЇНІ

Розглянуто основні проблеми розвитку економіки знань в Україні, шляхи та умови впровадження інноваційних технологій економіки знань на державному рівні.

Ключові слова: економіка знань, інноваційний розвиток, інтелектуальні ресурси.

Рассмотрены основные проблемы развития экономики знаний в Украине, пути и условия внедрения инновационных технологий экономики знаний на государственном уровне.

Ключевые слова: экономика знаний, инновационное развитие, интеллектуальные ресурсы.

The main problems of development economies of knowledge's were considered in Ukraine; also were considered the ways and conditions of innovations integration technologies of knowledge's economics on State level.

Key words: economies of knowledge's, innovation development, manpower intelligence.

Постановка проблеми. Сьогодні здатність до генерації, використання та розповсюдження нових знань стає основою національної конкурентоспроможності та базовою передумовою прискореного інтенсивного економічного зростання. Характерними ознаками економіки, яка базується на використанні знанневих чинників, є домінування в структурі ВВП високотехнологічних галузей та інтелектуальних послуг, формування переважної частки національного прибутку за рахунок інноваційної або технологічної ренти, високий рівень капіталізації компаній, основна вартість яких формується завдяки нематеріальним активам, тобто інтелектуальної складової[3].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання активізації інноваційної діяльності в сфері знань та формування інноваційних систем на різних рівнях впровадження економіки знань широко обговорюються та досліджуються зарубіжними та вітчизняними вченими, а саме в роботах В.П.Баранчєєва, К.Джанетто, В.А.Дресвянникова, В.В.Лабоцького, Б.З.Мільнера.

Мета роботи заключається в дослідженні аспектів цієї проблеми, які потребують додаткової уваги та проведення більш глибокого розгляду, особливо в сфері розробки та запровадження інноваційної моделі розвитку національної системи економіки знань на державному рівні.

Постановка задачі. Визначення основних напрямів та перспектив впровадження інноваційної моделі розвитку економіки знань в Україні.

Викладення основного матеріалу. Одним з найсуттєвіших стратегічних пріоритетів інноваційного розвитку національної економіки є

формування умов для переходу до економіки знань, головним суб'єктом якої має стати творча людина.

Економіка знань є підґрунтям і головною складовою „інноваційної економіки”. Її фундаментальна основа – це продуктивні знання та якісна змістовна освіта, які обумовлюють спроможність до втілення гуманітарно-інтелектуального капіталу у результати виробничої діяльності. Головна відмінність економіки знань від „товарної економіки” полягає у безперервному технологічному оновленні виробництва та самовідтворенні його „знанневих” чинників, їх невідчуженні в процесі економічного обміну, швидкому оновленні та відносній доступності для використання. Економіка знань становить найбільшу зацікавленість для вчених і практиків і потребує створення відповідного методичного інструментарію для оцінювання національної економіки стосовно її відповідності критеріям економіки знань. Слід зауважити, що нині немає єдиної міжнародної системи індикаторів розвитку економіки знань та розвитку інформаційного суспільства, оскільки це пов'язане з труднощами узгодження в глобальному масштабі наборів інформаційних продуктів і послуг. Робляться спроби формування системи індикаторів, здатних відобразити рівень розвитку економіки знань[2].

Запропонований ООН, Світовим банком та відомими світовими експертними організаціями підхід до вибору таких індикаторів ґрунтується на багатоаспектному аналізі впливу поширення інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на суспільство в технічному, економічному й соціальному розрізах і на поетапному створенні системи моніторингу.

Зарубіжні аналітики зазначають, що за розвитком ІКТ серед країн Східної Європи чітко визначилися три групи. До першої групи належать Чехія, Естонія, Угорщина, Польща, Словаччина та Словенія. До другої – Болгарія, Хорватія, Латвія, Литва, Македонія, Румунія, Сербія та Чорногорія. Росія та Україна віднесені до третьої, найменш розвинутої групи, і в кожній з цих двох країн є свої специфічні обставини щодо розвитку економіки знань. Але загальним для характеристики стану обох країн в досліджуваній сфері є:

- повільна капіталізація власних порівняльних переваг, таких як людські ресурси і знання, накопичені за кілька десятиріч;
- обмеження розвитку економіки знань через недостатнє інвестування та монопольний контроль за інфраструктурою ІКТ.

Одним з поширених є індикатор інформаційного суспільства ISI. Ним встановлено певний стандарт, за яким вимірюються можливості використання ІКТ у будь-якій країні, за ним визначається становище країни щодо інших країн. Україна не увійшла до списку країн, в яких проводився моніторинг даних про рівень розвитку інформаційного суспільства для визначення ISI. Враховуючи той факт, що в індексі розвитку мережі технологій, що складається в Гарварді, наша країна посіла лише 66 місце,

поряд з Болівією, уряд України має приділяти сьогодні більше уваги питанням інформатизації.

Наукові дослідження дають людині нові знання, які трансформуються у технології та продукти наукоємного виробництва, стимулюють зростання продуктивності праці, зниження матеріало- та енергоємності, підвищення конкурентоспроможності суспільного виробництва, прискорюючи темп накопичення суспільного прибутку, змінюючи мотивації трудової діяльності, і тому виступають фактором постіндустріального економічного зростання[1]. Інтелектуальний капітал здатен давати на кожну одиницю додаткового інвестування найвищу економічну віддачу, забезпечуючи не лише високу рентабельність виробництва та надійні конкурентні переваги на світових ринках, а й створюючи підґрунтя стратегічної прибутковості для інноваційних інвестицій.

За сучасних ринкових умов у суспільстві, в якому зосереджено вагомий гуманітарний капітал, достатньо здійснити відповідні інституційні зміни для того, аби цей ресурс розвитку призвів до досить швидких позитивних загальноекономічних змін, задіяв процеси якісного структурного оновлення економіки і суспільства.

Здійснення змін на всіх рівнях зосередження інтелектуальних ресурсів є складним процесом який потребує втручання на державному рівні. Для того щоб зміни були відчутними недостатньо лише бажання та наявного потенціалу, потрібна активна підтримка державних структур та зокрема здійснення реформ на всеукраїнському рівні.

Умовами за яких можливий розвиток економіки знань в Україні є:

- забезпечення високого рівня публічності заходів органів державної влади щодо регулювання освітньої, науково-технічної та інноваційної сфери;
- розробка та реалізація Державної програми із підготовки наукових кадрів для потреб економіки України;
- проведення якісного аудиту, впорядкування та систематичного моніторингу державних науково-технічних програм та посилення контролю за ефективністю використання коштів, а також за результатами діяльності в цій сфері;
- запровадження системи заходів, які спрямовано на повернення вивезених за кордон вітчизняних капіталів, з перспективою залучення їх певної частки у інноваційний сектор економіки України;
- підвищення митних зборів на окремі види імпорту, який перешкоджає розвитку вітчизняних високотехнологічних виробництв, і навпаки – зменшення митних зборів для імпорту, який сприяє інноваційному розвитку;
- кардинальна зміна ситуації в сфері професійної освіти;
- спрямування окремого напрямку діяльності Державного комітету з питань регуляторної політики і підприємництва на забезпечення розвитку

інноваційного підприємництва в регіонах, стимулювання залучення фінансових ресурсів у інноваційні проекти комерційних компаній;

- більш активне використання можливостей виробничої, наукової та академічної кооперації в рамках СНД;

- істотне покращання організаційного і фінансового забезпечення проєктів, реалізація яких передбачена Програмою співробітництва в галузі науки і технологій як складовою Програм довгострокового економічного співробітництва України з державами СНД.

До того ж до рівня державних пріоритетів має бути віднесена кадрова політика, що буде сприяти істотному покращанню забезпеченості галузей промисловості кваліфікованими кадрами. Для цього важливе значення має розвиток системи безперервної перепідготовки та підвищення кваліфікації, залучення потенціалу вищих і середніх навчальних закладів в процес формування фахівців та післядипломного навчання, в тому числі і в закордонних навчальних закладах.

Суттєвої підтримки вимагає галузева наука, розвиток якої дозволить створити умови для підвищення інноваційного розвитку промисловості і переходу до економіки знань.

Забезпечення цих умов дозволить вирішити комплекс модернізаційних завдань, які формують порядок денний сучасної інноваційної стратегії України: перетворити сферу знань на джерело імпульсів структурного оновлення української економіки і суспільства на постіндустріальних засадах; інтегрувати освіту–науку–виробництво–систему управління процесами розвитку в єдину національну інноваційну систему; перебудувати структуру виробництва на засадах конкурентоспроможності, гнучкості, здатності до самооновлення та самоспрямування відповідно до глобальних тенденцій.

Висновки. Можна сказати що, швидкі темпи запровадження інноваційних технологій в усі сфери життя є обов'язковою умовою соціально-економічного зростання кожної країни. Економіка знань як наука що швидко розвивається має значний вплив на ефективність використання інтелектуального потенціалу, залучення новітніх технологій на підприємствах всіх рівнів, тому вивчення цієї дисципліни та сприяння її розвитку, на мою думку, повинно бути передовим завданням для кожного кваліфікованого менеджера.

ЛІТЕРАТУРА

1. А.Чухно. Науково-технологічний розвиток як об'єкт дослідження еволюційної теорії[Текст]//Економіка України. - № 1. – 2008.
2. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004—2010 рр.) [Текст]// Шляхом Європейської інтеграції. — К., 2004. — 416 с.
3. Тарнавська Н. Новітні прояви конкуренції в суспільстві, яке будується на знаннях [Текст]// Економіка України. - № 2. – 2008р.

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ В ДІЯЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток технологій виробництва продукції і послуг. Доведено, що в сучасних умовах розвиток виробничих технологій повинен стати одним із головних пріоритетів управління розвитком підприємств.

Ключові слова: інформаційні технології, технології виробництва.

Исследовано влияние современных информационных технологий на развитие технологий производства продукции и услуг. Доказано, что в современных условиях развитие производственных технологий должно стать одним из главных приоритетов управления развитием предприятий.

Ключевые слова: информационные технологии, технологии производства.

The influence of modern information technology on products and services manufacturing technologies development was investigated. Proved that in modern conditions production technology development should be a major priority of enterprises development.

Keywords: information technology, manufacturing technology.

Об'єкт дослідження. Успіх діяльності сучасного підприємства знаходиться під впливом багатьох чинників, дія яких постійно досліджується, прогнозується і оцінюється як науковцями, так і практиками. Для менеджменту вітчизняних підприємств був тривалий період переорієнтації основної уваги на чинники зовнішнього середовища – на ринок, споживачів, постачальників, що спонукало, в першу чергу, бурхливий розвиток маркетингу. У внутрішньому середовищі підприємств західні компанії зосередилися на менеджменті якості, організаційній культурі, управлінні організаційною поведінкою. Поза увагою широкого загалу теоретиків і практиків вітчизняного менеджменту залишається один важливий чинник успіху західних підприємств – це удосконалення технологій виробництва продукції і послуг, їх вплив на стратегічний розвиток підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Основна увага досліджень впливу технологій сконцентрована сьогодні на наукоємних галузях виробництва, таких як авіаційна, авіакосмічна, хімічна, електронна, фармацевтична, де саме технологія є рушійною силою, яка визначає стратегічне майбутнє підприємства [1 - 4]. Традиційно вважається, що в галузях, пов'язаних із складними сучасними технологіями, для яких запорукою успіху є досконалість продукції, а попит мало чутливий по відношенню до ціни, домінуюче місце займають науково-дослідні та дослідно-конструкторські розробки, спрямовані на технологію виробництва інноваційної продукції [1 - 4].

Постановка проблеми. Результати досліджень, представлених в даній роботі, показують, що в сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, підприємства будь-якої галузі стають наукоємними, залежними, насамперед, від отримання і обробки значних обсягів інформації.

Актуальність роботи. Розвиток інформаційних технологій стає важливим чинником удосконалення і розвитку технологій виробництва, що є актуальним для збереження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Основна мета досліджень, викладених в даній роботі – це дослідження впливу технологічного аспекту на діяльність і розвиток підприємств.

Наукова новизна. Автором досліджено вплив сучасних інформаційних технологій на розвиток технологій виробництва продукції і послуг. Доведено, що розвиток виробничих технологій повинен стати одним з головних пріоритетів управління розвитком підприємств.

Виклад основного матеріалу. В умовах стабільної технології виробництва продукції чи послуг, коли успіх діяльності визначається ціною продукції, виробництво є основною рушійною силою підприємства. В сучасних умовах така ситуація, як правило, триває недовго. Збільшення швидкості появи нових винаходів і виникнення цілком нових напрямів досліджень, які іноді стають самостійними галузями наукового знання, сприяють збільшенню швидкості морального зносу вже наявної техніки і технології виробництва продукції і послуг. В даний час, будь-яка стабільна галузь здатна миттєво перетворитися на мінливу за рахунок вторгнення суміжних технологій, особливо високотехнологічних, а це, в свою чергу, впливає на стратегічний розвиток підприємств.

Бізнес-середовище також змінюється. Тепер сучасні інформаційні технології тісно пов'язані з виробничою діяльністю. Електронний бізнес з модної ідеї перетворився на частину корпоративної реальності. Завдяки інформаційним технологіям компанії знаходять нові канали продажів, нові сегменти споживачів і навіть формують нові бізнес-моделі.

Інформаційні і комунікаційні технології дозволяють автоматизувати процеси відстежування і обліку показників, що відіграють винятково важливу роль для функціонування нових моделей управління підприємством, і забезпечують ефективність систем планування і розподілу виробничих потужностей. Мінливість чинників зовнішнього середовища, бурхливий розвиток інформаційних технологій, зокрема, вказують на те, що в стратегічній перспективі необхідно прогнозувати напрямки розвитку технологій виробництва, формуючи варіанти стратегічного розвитку підприємства будь-якої галузі.

Наведемо результати проведених досліджень впливу сучасних інформаційних технологій на виробничі та управлінські технології.

По мірі того, як інформаційні технології все глибше проникають в різні сфери бізнесу, вони змінюють різні вартісні показники, на яких базується конкуренція. Це спричиняє структурні зміни в різних галузях економіки, які і виражаються в такій тенденції, як ліквідація проміжних ланок. Останнє означає усунення тих стадій, які включають посередників між споживачами і виробниками.

Раніше сферу виробництва і сферу послуг можна було легко визначити і диференціювати. Проте, впровадження інформаційних технологій починає змінювати традиційні уявлення. Деякі види продукції і послуг розмежувати досить просто, значно складніше це здійснити, коли йдеться про обладнання, технічні присторої, які набувають конкретного значення лише в сукупності з певними видами послуг. Прикладами є системи кодування брокерських операцій, банківські апарати, а також системи енергоконтролю. Накопичення інформації шляхом впровадження електронних процесів може привести до появи побічних продуктів, або так званих «залишкових даних», які компанії також можуть використовувати для отримання прибутку. Наприклад, роздрібний магазин, в якому для запобігання крадіжкам встановлені цифрові відеокамери, міг би з їх допомогою, окрім іншого, аналізувати моделі здійснення покупок і потоки покупців, щоб ефективніше розташувати різні категорії продуктів і промостенди. При цьому, отриману інформацію можна також продавати постачальникам, щоб ті використовували результати реальних спостережень за поведінкою покупців для вдосконалення підходів до мерчандайзингу.

Ще один вид інформаційного бізнесу пов'язаний виключно з накопиченням і візуалізацією інформації, пошук якої здійснюється в мережі і розподіляється за різними темами. Такий підхід використовують багато інтернет-магазинів і компанії, що функціонують в рамках моделей «бізнес — споживач» та «бізнес — бізнес». Ті, хто сьогодні накопичують інформацію для себе, можуть завтра самі стати джерелом інформації для інших. Компанії, які розраховують використовувати недосконалість інформаційного ринку, повинні вміти оцінювати ефект від переходу на нові рівні прозорості інформації, які постійно відкриваються в сучасній економіці інформаційних технологій. Те, що економісти називають недосконалістю ринку, часто пояснюється інформаційною асиметрією, а також нездатністю керівників, що приймають рішення, зібрати актуальні дані про нові можливості на ринку, потенційні поглинання, цінові відмінності між постачальниками та інші аспекти господарської діяльності. Ці недоліки ринку часто дозволяють посередникам і компаніям, що володіють великими масивами актуальної і якісно організованої інформації, отримувати вищий прибуток шляхом створення і об'єднання компаній, бізнес яких заснований на використанні накопичених даних.

Багато ринків, починаючи з ринку продажу авіаквитків і закінчуючи ринком цінних паперів, стали прозорішими завдяки Інтернету. Але, залишається ще безліч інших ринків, які потребують аналогічних змін. Одним із них є ринок нерухомості. Ріелторські агентства надають продавцям і покупцям далеко не повну інформацію і завдяки цьому процвітають. Транзакційні витрати присутні на будь-якому підприємстві. Ці витрати завжди пов'язані з появою невизначеності і подальшим її зняттям. Вирішення нештатної ситуації вимагає її аналізу, а іноді і спеціальних досліджень, ухвалення рішень, переговорів, узгоджень, реалізації і контролю виконання прийнятих рішень. Це робота, на яку витрачається час керівників, адміністративного апарату, кваліфікованих фахівців, що залучаються, продавців і постачальників. Їх заробітна плата є частиною транзакційних витрат. Сюди ж відносяться витрати на маркетинг і просування товарів на ринку — знижки, пільги та інші форми підтримки лояльності клієнтів. В сучасному бізнесі важливо вести облік цих витрат, оскільки наслідки транзакційних витрат проявляються у залученні «зайвих» керівників, фахівців і секретарів, в уповільненні процесу ухвалення рішень, що породжує додаткові витрати в операційній діяльності. Найважливішою характеристикою серійного виробництва є його ритмічність, передбачуваність. Збільшення транзакційних витрат може бути пов'язане з порушеннями ритмічності виконання виробничих завдань в наслідок мінливості параметрів замовлень на продукцію підприємства. З іншого боку, зі зростанням конкуренції посилюються вимоги до термінів виконання замовлень будь-якою ціною. Зниження договірної дисципліни, за яку доводиться платити знижками для клієнта і підвищеними закупівельними цінами у постачальників, ще більше ослабить ринкову позицію підприємства. Порушення ритмічності та передбачуваності виробничого процесу призводить до роботи устаткування в нештатних режимах, що приводить до підвищення рівня браку і збільшує витрати на ремонт, оскільки швидко зростає частка дорогих термінових позапланових ремонтів устаткування. Ще одним джерелом витрат є збільшення рівня запасів товарів, матеріалів і незавершеного виробництва. Західні компанії проблему подібних транзакційних витрат вирішують постійно, удосконалюючи стандарти управління з використанням сучасних комп'ютерних інформаційних систем MRP, MRP II, ERP, CSRP [1, 4]. Інтернет і різні механізми підвищення продуктивності праці не тільки полегшують роботу офісних співробітників і надають їм нові можливості, але і допомагають керівникам компаній обробляти все більш істотні обсяги інформації, для того, щоб приймати далекоглядніші рішення і формувати ідеї, що забезпечують створення конкурентних переваг і розробку нових бізнес-моделей. Втілюючись в інтернет-аукціонах ідей, ринках передбачень і різних підходах до управління ефективністю, всюдисущі технології, засновані на загальних стандартах,

забезпечують розвиток методів збору і обробки даних, а також процес ухвалення рішень на основі аналізу постійно зростаючих масивів інформації. Розвиток технологій виробництва продукції чи послуг на базі наукоємних технологій, на думку автора, надає можливості скорочувати терміни появи на ринку нової продукції, прискорює вихід технологічних процесів в режим масового виробництва, робить продукти більш функціональними і завойовує більш стійку і вигідну позицію на ринку збуту. Досвід успішних західних корпорацій показує, що в сучасних умовах стало економічно вигідніше розвивати виробництво на базі нових наукових ідей, ніж на базі найсучаснішої техніки, але, все-таки, техніки сьогоденного дня. В результаті такого підходу змінюється взаємодія науки з виробництвом: раніше техніка і виробництво розвивалися, в основному, шляхом накопичення емпіричного досвіду, тепер вони розвиваються на основі науки у вигляді наукоємних технологій. Спосіб виробництва кінцевого продукту тепер включає багаточисельні допоміжні виробництва, що використовують новітні технології.

Таким чином, на сучасному етапі свого розвитку інформаційні технології стали не тільки сервісними інфраструктурними технологіями, що забезпечують роботу основних бізнес-процесів, вони активно впливають на розвиток технологій виробництва та управління будь-якої сучасної компанії. Для бізнесу, основні процеси якого зав'язані на виробничі технології, питання розвитку технологій виробництва продукції чи послуг повинні відображати загальний напрям розвитку самого підприємства. Існує проблема зміни технології виробництва чи його удосконалення на базі впровадження сучасних інформаційних технологій. В період переходу від однієї технології до іншої, стає життєво важливим, аби вищий менеджмент підприємства, використовуючи свою владу і вплив, прагнув скорочення розробок продукції на основі старої технології і освоєння підприємством нової технології. Зміна технологій може відбуватися різними шляхами.

Провідні західні компанії використовують, здебільшого, інноваційну модель зміни технологій виробництва, яка передбачає проведення системних і радикальних змін, що приводить до бурхливого стрибкоподібного росту, пов'язаного з великими ризиками [2, 4]. Такі зміни вимагають часу і значних інвестицій.

Японська модель зміни технологій – це модель «бережливого виробництва» (кайдзен). Кайдзен перекладається з японської як «безперервне удосконалення» [2, 3]. Ця модель використовує проведення невеликих і швидких змін, які спочатку приводять до поступового плавного розвитку бізнесу. Через деякий час кількість невеликих змін переходить в нову якість – системну інновацію.

Кайдзен не вимагає залучення інвестицій, але потребує систематичної скоординованої роботи всіх співробітників, від генерального директора до

простого робітника. Досвід показав, що компанії, які реалізовували в себе інноваційні або бережливі принципи управління, отримували серйозні конкурентні переваги в докризовий період діяльності. В умовах кризи, ці конкурентні переваги забезпечили серйозний «запас міцності».

Висновки. Досвід західних і японських компаній доводить, що інновації та удосконалення в області технологій виробництва продукції чи послуг повинні стати одним з головних пріоритетів вітчизняних компаній. При цьому, мають бути забезпечені наступні вимоги – зв'язок із стратегією розвитку компанії, наявність оперативних показників, що забезпечують поточний моніторинг і контроль процесу удосконалення технологій, процесу впровадження сучасних інформаційних технологій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гаврилов Д.А. Управление производством на базе стандарта MRP II [Текст]. – СПб.: Питер, 2005. – 246 с.
2. Котельников В. Новые бизнес-модели для новой эпохи быстрых перемен, движимых инновациями [Текст]. – М.: Эксмо, 2007. – 372 с.
3. Управление изменениями. Серия «Классика Harvard Business Review»: Пер. с англ. [Текст]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 262 с.
4. Pisello T., Strassmann P. IT Value Chain Management — Maximizing the ROI from IT Investments [Text]. Information Economics Press, 2003.

УДК 657.421.3 (045)

О. М. Бондаренко
М.П. Білан

ВИЗНАЧЕННЯ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ОБ'ЄКТІВ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

В статті узагальнено наукові визначення інтелектуальної власності. Визначено інтелектуальну власність як об'єкт нематеріального активу. Проаналізовано проблеми ідентифікації та визнання об'єктів інтелектуальної власності.

Ключові слова: інтелектуальна власність, нематеріальні активи, ідентифікація, дослідження, розробки, ноу-хау.

В статье обобщены научные определения интеллектуальной собственности. Определено интеллектуальную собственность как объект нематериального актива. Проанализированы проблемы идентификации и признания объектов интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, нематериальные активы, идентификация, исследования, разработки, ноу-хау.

The article summarizes the scientific definition of intellectual property. Defined intellectual property as the object of immaterial asset. Analyses the problems of identification and recognition of intellectual property.

Keywords: intellectual property, intangible assets, identification, research, development, know-how.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток науки, техніки, інформаційних технологій зумовив появу нових видів власності, саме до таких видів власності відносять результати інтелектуальної діяльності. Поява різноманітних комп'ютерних програм, баз даних, інтегральних систем зумовлює виникнення виключних прав на результати інтелектуальної діяльності - прав інтелектуальної власності.

Інтелектуальна власність викликає чимало диспутів в наукових колах. Оцінка, сутність, класифікація, ідентифікація об'єктів інтелектуальної власності та їх подальший облік набуває великого значення, оскільки більшість таких об'єктів на підприємствах не визначаються, не ідентифікуються, а, отже, і не відображаються в обліку. Крім того, питання інтелектуальної власності відіграє все більше значення у формуванні конкурентоспроможності та оцінки потенціалу підприємств України. Саме неідентифікованість об'єктів інтелектуальної власності спричинює те, що в подальшому їх дуже важко оцінити та сформувати їх первісну вартість для відображення в обліку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання, що відносяться до проблем ідентифікації, оцінки та обліку інтелектуальної власності розглянуті в працях українських та російських учених. Останніми роками обліковці все більше зосереджують увагу на інтелектуальній власності, як об'єкта обліку і складових нематеріальних активів підприємства, що відображено в працях І. М. Бойчика [1], О. Зайківського та В. Комарова [3], В. В. Семенихіна [7], Н. О. Любенока [8], О.Д.Святоцького [10], М. П. Цибульова, В. П. Чеботарьова, В. Г. Зінова [11] та ін. Проте, залишаються ще прогалини в питаннях віднесення деяких видів інтелектуальної власності до нематеріальних активів та їх подальший облік, не до кінця розкриті питання визначення інтелектуальної власності як об'єкта обліку та відображення їх руху на рахунках бухгалтерського обліку.

Мета статті. Метою статті є дослідження об'єктів інтелектуальної власності в складі нематеріальних активів, зокрема деякі суперечливі тлумачення щодо ідентифікації та відображення в обліку об'єктів інтелектуальної власності.

Після затвердження Національних Положень (стандартів) бухгалтерського обліку власне термін «Інтелектуальна власність» припинив відображатися в класифікації активів підприємства. На практиці формулювання, які подаються в документації неоднозначно сприймаються, особливо це стосується відображенням об'єктів інтелектуальної власності.

Виклад основного матеріалу. Інтелектуальна власність не має чіткого наукового визначення. Різні автори надають свої варіанти визначення інтелектуальної власності. Так, за І. М. Бойчиком інтелектуальна власність – «складова частина потенціалу підприємства, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого періоду і має ту особливість, що в них відсутня

матеріальна основа здобування доходів та не визначені майбутні розміри цих доходів» [1], Г. М. Драпак наводить більш загальне визначення інтелектуальної власності як законодавчо закріплених прав на результати інтелектуальної діяльності людини у різних сферах суспільного життя [8], за С. Ф. Покропивним це – «юридична категорія, яка застосовується для визначення результатів творчої праці людини, позначення належності таких результатів творчої праці відповідним суб'єктам творчої діяльності, закріплення за цими суб'єктами особистих немайнових і майнових прав, пов'язаних із розробкою та використанням створених інтелектуальних продуктів» [2]. О. Д. Святоцький інтелектуальну власність визначає як право суб'єкта на володіння, користування і розпорядження належним йому, відповідно до закону, результатом інтелектуальної діяльності [10], а за В.В.Семенініним – «результати творчої діяльності, що охороняються патентним правом; результати творчої діяльності, що охороняються авторським правом; засоби індивідуалізації» [7]. Проте, на наш погляд, все ж в бухгалтерському обліку інтелектуальна власність - сукупність певних прав, які закріплені законодавчо, на використання об'єктів інтелектуальної власності в різних сферах. Тобто, дане поняття означає сукупність все ж таки прав стосовно нематеріальних об'єктів, що мають економічну цінність та здатність вільно відокремлюватися і відчужуватися з урахуванням обмежень, встановлених в інтересах захисту особистих прав осіб, що створили ці об'єкти.

Інтелектуальна власність не має матеріальної форми, проте види деяких інтелектуальних активів можуть набувати матеріального змісту, таку особливість можна пояснити належністю до нематеріальних активів. Це означає, що об'єктом є не матеріальні носії, а лише результати діяльності, тобто думки, ідеї, образи, символи, роздуми, які втілюються в матеріальних носіях. Тобто дані об'єкти обліку відносять до нематеріальних активів, хоча в Україні вони є відносно новим видом активу.

Відповідно до Цивільного кодексу України Книги четвертої «Право інтелектуальної власності» статті 420 «Об'єкти права інтелектуальної власності», до інтелектуальної власності належать: літературні та художні твори; комп'ютерні програми; компіляції даних (бази даних); виконання; фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення; наукові відкриття; винаходи, корисні моделі, промислові зразки; компоновання (топографії) інтегральних мікросхем; раціоналізаторські пропозиції; сорти рослин, породи тварин; комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для товарів і послуг), географічні зазначення; комерційні тасмниці [12].

Інтелектуальна власність підприємства відображається через призму нематеріальних активів. На нашу думку, через новизну даних активів, недосконалість правової бази, нечіткість регулювання порядку

бухгалтерського обліку й оподаткування та інших проблем існують певні протиріччя пов'язані з їх відображенням. Оскільки нематеріальні активи, надані підприємством, яке володіє даними правами, на умовах збереження за ним виключних прав на результати інтелектуальної власності, не можуть бути списані, вони підлягають відображенню в бухгалтерському обліку. Проте, методика такого відображення на сьогоднішній день відсутня [3].

З 1 січня 2009 року діє Наказ № 901 Міністерства Фінансів України від 8 липня 2008 року «Про затвердження Змін в деякі положення (стандарти) бухгалтерського обліку», відповідно до якого дещо змінилося визначення нематеріального активу як такого немонетарного активу, який не має матеріальної форми і може бути ідентифікований. Тобто частина про утримання підприємства з метою використання протягом періоду більше одного року (або одного операційного циклу, якщо він перевищує один рік) для виробництва, торгівлі, в адміністративних цілях чи надання в оренду іншим особам зникла. Зазначена у визначенні можливість ідентифікації означає, що актив можна розпізнати, як самостійну одиницю. Таким чином, на нашу думку, ідентифікація для матеріальних активів є обов'язковою умовою. Ідентифікація означає, що об'єкт в подальшому можна розглядати як самостійну одиницю, тобто такий актив можна відчужувати від підприємства (продавати) або використовувати як окремо, так і разом з іншими активами. Що ж до ідентифікації об'єктів прав власності, то даний процес відбувається через встановлення наявності та чинності документів, які засвідчують правомірне набуття права авторства, права власності, а також інших документів, які є підставою для оприбуткування об'єкта нематеріального активу. То ж, вартість об'єкта залежить від того наскільки вірно буде ідентифікований об'єкт інтелектуальної власності та відповідно до цього буде вестися в подальшому облік на відповідних реєстрах, нараховуватися амортизація.

Отже, на основі зазначеного вище, ми вважаємо, що доки не буде офіційного підтвердження про корисність об'єкта, що був створений, його не включають в вартість активу. Але в обліковців виникають й інші питання щодо обліку інтелектуальної власності, зокрема відображення вартості об'єкта. Необхідно розуміти відмінність між витратами на розробку та вартістю самого виробу. До витрат, які створюють такі проблеми, можна зарахувати: витрати на наукові та патентні дослідження, оцінювання об'єктів нематеріальних активів, маркетингові дослідження ринку нематеріальних активів.

Для розуміння сутності витрат на дослідження та розробки, розглянемо суть понять «дослідження» та «розробки». Відповідно до ст. 1 абзацу 6 Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність»: «фундаментальні дослідження — наукова теоретична та (або) експериментальна діяльність, спрямована на одержання нових знань про

закономірності розвитку природи, суспільства, людини, їх взаємозв'язку» [4]. Відповідно до п. 4 П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» «дослідження — це заплановані і вперше проведені підприємством дослідження, ціль яких полягає в одержанні і розумінні нових наукових і технічних знань» [9]. Дослідження, які проведені з позитивним результатом переростають у розробки. Згідно з п. 4 П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» «розробки — це застосування підприємством результатів досліджень та інших науково-технічних знань для створення нових або значно вдосконалених матеріалів, продуктів, приладів, пристроїв, систем, технологічних і операційних процесів до початку їхнього промислового застосування, серійного виробництва або виконання робіт і надання послуг на замовлення» [9]. Відповідно в Міжнародному стандарті бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» «дослідження – оригінальні та заплановані дослідження, здійснюванні для отримання і розуміння нових наукових або технічних знань»[5], а «розробка – застосування даних наукового дослідження чи іншого знання для планування чи проектування виробництва нових або суттєво вдосконалених матеріалів, механізмів, товарів, технологій, систем або послуг до початку їхнього серійного виробництва або використання» [5]. То ж спочатку підприємство здійснює дослідження, потім розробки на основі отриманих даних, а тоді вже виникають нові пристрої, прилади, продукти, технології та інше.

Права на об'єкти інтелектуальної власності — це куплені (придбані) права або права, що можна продати (передати) [11]. Даного визначення цілком достатньо щоб розпізнавати витрати, які понесені за даним активом від активу. Відповідно до П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» не визнаються активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені:

- витрати на дослідження;
- витрати на підготовку і перепідготовку кадрів;
- витрати на рекламу та просування продукції на ринку;
- витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємства або його частини [9].

Отже, на підприємствах всі витрати, затрачені на розробку продукту та отримання патенту розглядається як витрати, тому отримані в результаті цього активу, зокрема їх вартість, буде рівною нулю. А праця, витрачена на розробку – буде частиною капітальних інвестицій. Тобто дана вартість затраченої праці буде витратами, понесеними у звітному періоді, а відповідно й спишеться з бухгалтерських рахунків.

Альтернативою нульової оцінки вартості активу являється капіталізація відповідних витрат, яка не застосовується на практиці. Причиною даного є домінуюча точка зору, що більшість зусиль дають невизначені результати, які не можливо капіталізувати, також права

власності на об'єкти інтелектуальної власності є неоднозначними, тобто з двобічним нечітким визначенням, це спричинює нерівномірність розвитку інноваційних процесів та пов'язана з нею ризиковість. Отже, сучасний підхід, який використовується в міжнародному бухгалтерському обліку, дозволяє частину таких витрат визнавати активами підприємства.

Умовою створення організованих ринків для нематеріальних активів є можливість укладання договорів, які б враховували інвестування в нематеріальні активи, розподіл прав і відповідальності відносно нещодавно створених активів. То ж, для того щоб у фінансовій звітності можна було б відображати інвестиції в нематеріальні активи необхідні чіткість, контрольованість та подальша можливість продажу, що зумовлює розмежування інвестицій на інвестиції в дослідження та інвестиції в розробку. Перший вид інвестицій буде належати до витрат і відповідно на підприємстві буде вестися щодо них облік, як облік інвестицій, тому що в результаті підприємство не може продемонструвати певний продукт, тобто нематеріальний актив. А вже подальше впровадження інвестицій в розробку на основі інвестицій в дослідження дозволить капіталізувати інвестиції та відобразити їх в бухгалтерському обліку. Також залишається неоднозначним та невизначеним питання включення до складу нематеріальних активів виключних прав на ноу-хау, відкриття та раціоналізаторські роботи. Ноу-хау вважається інформація, яка ще не запатентована, вона маловідома, і є досвідом або такою, що одержана в результаті досліджень чи випробувань. Власник ноу-хау має право на захист від використання іншими особами незаконно інформації якщо: ця інформація має дійсну або потенційну комерційну цінність через невідомість її третім особам; до неї немає вільного доступу на законній підставі; володар інформації приймає належні заходи до охорони її конфіденційності [8].

На підприємстві рекомендується стосовно промислових таємниць або ноу-хау призначити осіб, які б відповідали за збереження інформації, що містить ноу-хау; обмежити коло осіб, які мають доступ до цієї інформації; розробити посадові інструкції для осіб, які зберігають таку інформацію; порядок доступу та ознайомлення з ноу-хау.

Певною особливістю такого активу як ноу-хау є те, що в основі лежать монополні права якоїсь особи на знання, які вона отримала правомірно або розробила їх самостійно має повне право на використання даних прав незалежно від їх власника. Тому на думку певних науковців, у власника ноу-хау відсутнє виняткове право на інформацію. Супротивники такої ідеї засновують свої висновки на наявності виняткового права на ноу-хау можливістю захисту стану невідомого його вмісту від посягання будь-яких третіх осіб. Тому ноу-хау доцільно було б розглядати як один з об'єктів інтелектуальної власності внаслідок того, що права на нього носять майновий

і винятковий характер, а його складові є результатом інтелектуальної діяльності[8].

Що ж стосується відкриттів та раціоналізаторських робіт, то правовідносини щодо них не мають виняткового характеру, а отже й не можуть бути об'єктом будь-якого виключного права особи чи держави.

Висновки. То ж, проаналізувавши вище сказане, можна з упевненістю сказати, що об'єкти інтелектуальної власності, включені до складу нематеріальних активів підприємства, сприяють його процвітання і функціонують як повноправні об'єкти власності. Необхідність ідентифікації сприяє нужді визначення більш чітко прокресленої межі між об'єктами інтелектуальної власності, адже віднесення того чи іншого об'єкта до нематеріальних активів потребує дотримання всіх ознак, які характеризують дані активи.

Проте чимало невизначених моментів та неточностей з розумінням обліку даних нематеріальних активів зумовлює не тільки їх неефективне використання, а й може призвести до зменшення фінансових результатів та втрат прибутків підприємства.

Безумовно в умовах постійно зростаючих конкурентних переваг підприємства все частіше використовують інтелектуальну власність в процесі своєї діяльності. Відносини щодо інтелектуальної власності динамічні й різнобічні. Але через недосконалість нормативно-правової бази виникає безліч питань пов'язаних з обліком даних активів. Тому удосконалення обліку нематеріальних активів та інтелектуальної власності у їх складі має велике значення для вітчизняних підприємств, зокрема для їх ефективної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

- 1.С. Ф. Покропивний Економіка підприємства [Текст] / За редакцією С .Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2000 - 528 с.;
- 2..Зайківський О. Ідентифікація нематеріальних активів - базис їх бухгалтерського обліку / Зайківський О., Комаров В. // Інтелектуальна власність. Збірник наукових праць. - 2008. - № 5. - с. 13–19.;
- 3.Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» №1977-ХІІ, від 19 грудня 2006 р. із змінами та доповненнями [Електронний ресурс] // www.kiev.rada.gov.ua;
- 4.Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 «Нематеріальні активи» / [авт. тексту С.Ф. Голова]. – К.: Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, 2000. – 32 с.;
- 4.Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Змін в деякі положення (стандарти) бухгалтерського обліку» № 901 від 08.07.2008р. [Електронний ресурс] // www.minfin.gov.ua;

5. В.В. Семенихин Нематериальные активы: организация бухгалтерского и налогового учета. Практическое руководство [Текст] / Под об. ред. В.В. Семенихина. – М.: Издательство ЭКСМО, 2005. – 96с.;

6. Н.О. Любенюк проблеми визнання інтелектуальної власності як елементу нематеріальних активів підприємства / Н.О. Любенюк // Фінанси, облік і аудит. Збірник наукових праць. – 2009. - № 14. - с. 263-269 ;

7. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 18.10.1999 № 242. [Електронний ресурс] // www.kiev.rada.gov.ua ;

8. Святоцький О. Д. Інтелектуальна власність [Текст]: словник- довідник у 2-х томах / Святоцький О. Д. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2000. – 472 с.;

9. Цибульов П. М. Управління інтелектуальною власністю [Текст] / Цибульов П. М., Чеботарьов В.П., Зінов В.Г. – К.: К.І.С., 2005. - 448 с.;

10. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV [Електронний ресурс] // www.nau.kiev.ua;

УДК 330.130.52:656.181 (477)(045)

О.С. Борисенко

УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ ІНВЕСТУВАННЯ В РЕКЛАМНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Стаття присвячена визначенню ролі інвестицій в рекламу та системному вивченню проблем управління інвестиціями в рекламу.

Ключові слова: інвестиція, реклама, управління, ефективність.

Статья посвящена определению роли инвестиций в рекламу и системному изучению проблем управления инвестициями в рекламу.

Ключевые слова: инвестиции, реклама, управление, эффективность.

The article is devoted determination of role of investments in advertising of to the system study of problems of management investments in advertising.

Keywords: investments, advertising, management, efficiency.

Постановка проблеми. В умовах товарного насичення, диференціації продукції, різноманітності смаків і переваг споживачів переважаюче значення для виробників в суперництві на ринку набувають нецінові форми конкуренції, серед яких яскраво виділяється реклама. Цілеспрямована рекламна діяльність виробника забезпечує підтримку його стратегічних ініціатив, оскільки реалізує ринкові можливості фірми, розвиває і укріплює її конкурентні переваги.

Актуальність вивчення рекламних закономірностей обумовлена тим, що реклама є одним з найбільш достовірних і швидкореагуючих індикаторів загального і інвестиційного здоров'я економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато зарубіжних учених в своїх дослідженнях вивчали питання реклами. У. Уеллс, С. Кослоу, Дж. Поверне, С. Моріарті і інші розглядають рекламу з мікроекономічних

позицій. Багато аспектів проблеми управління і оцінки ефективності рекламної діяльності розглядаються в роботах Ф.Котлера, Ч. Сендіджа, В.Файбугера, Д. Ротцолла.

У вітчизняній науці питання ефективного управління рекламною діяльністю аж до останнього десятиліття залишалося недостатньо освітленим. У 1960-70-х роках радянськими ученими було опубліковано декілька серйозних праць по рекламі А.Балабанова, Е.Н.Голубков, В.Н.Зазикина, В.Л.Музикант і інші.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Аналіз літератури показує, що багато проблем реклами залишаються недостатньо розробленими. Є потреба в пошуку ширших підстав для дослідження організаційно-економічних відносин в системі управління рекламною діяльністю. У науковій літературі приділяється недостатня увага механізмам управління і методам оцінки ефективності інвестицій в рекламну діяльність.

Мета статті і виклад основного матеріалу. Метою даної статті є наукове обґрунтування методів управління інвестиціями в рекламу та надання рекомендацій з оцінки їх ефективності.

У сучасному розумінні реклама є не тільки механізм передачі тих або інших повідомлень масовій аудиторії, але і багатофункціональним комунікативним каналом. При цьому економічна ефективність вкладень в рекламу багато в чому визначається комунікативною ефективністю реклами. Даний аспект особливо яскраво проявляє себе в умовах конкурентної ринкової економіки, оскільки за наявності великої кількості виробників, що пропонують в одному секторі економіки схожі за своїми споживчими властивостями товари і послуги, комунікативний ефект рекламної кампанії стає однією з найважливіших складових підвищення товарообігу і прибутку.

В умовах достатньої жорсткої конкуренції, перед кожною компанією стоїть завдання створення свого власного імені, вироблення основної концепції і політики, що проводиться на ринку, залучення інвесторів і партнерів. Саме це покликані і здатні вирішувати інвестиції в рекламу.

Рекламний ринок сьогодні – це важлива сфера національної економіки, що забезпечує робочими місцями велику кількість населення, основне джерело засобів масової інформації, що підтримує їх ціну для споживачів на низькому рівні, важлива складова культурного життя суспільства. Крім того, рекламний ринок – один з найдинамічніше зростаючих ринків у всьому світі, частина інформаційної системи суспільства.

Галопуюче зростання доходів від продажу реклами – не нижче 25% за останніх 3 року – вивело на ринок десятки нових телевізійних і друкарських проєктів. За даними Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК), в 2009 р. рекламний ринок країни склав 6,78 млрд. грн., з них 2,7 млрд. грн. – реклама на ТБ, 2,05 млрд. грн. – друкарська реклама, 1,03 млрд. грн. – наружна реклама, 160 – радіо-реклама, 100 млн. грн. – реклама в Інтернеті. Згідно

прогнозам ВРК, в 2010-му цей показник повинен був знову збільшитися на 25%. Але зважаючи на економічну кризу, даний прогноз не виправдався – ринок збільшився лише на 17% в гривненому еквіваленті, а в доларовому – впав на 20-25%.

На думку експертів, поступове перекачування рекламних грошей з ТБ і друкарських ЗМІ в Інтернет пов'язаний з тим, що у більшості медіа немає можливості зменшити ціни, оскільки це виведе їх за межі рентабельності.

Найскладніше понизити тарифи операторам зовнішньої реклами. Частка зовнішньої реклами цього року зменшиться на 20-30%.

За даними Української асоціації видавців, в жовтні-грудні доходи видавничих будинків впали до 70%. Зниження цін на рекламу більш ніж на 20-40% зробить більшість видавничих будинків збитковими.

Відчувають відтік рекламних грошей і телевізійники. Найгірше йдуть справи у невеликих каналів. З початку року обсяг телереклами в Україні впав майже в 10 разів.

На думку експертів, частина рекламних бюджетів з традиційних медіа переходить в Інтернет. Щорічно число користувачів Мережі в Україні росте мінімум на 30%, роблячи просування продукції і послуг в Інтернеті все більш ефективним. Вже сьогодні аудиторія Інтернет налічує, по різних оцінках, до 10 млн. чол. За даними РМІ Ukraine за перше півріччя 2010-го року, сумарна аудиторія номера 5-и найбільших ділових видань знизилася на 19% – з 421,7 тис. до 340 тис. чоловік. Це менше щоденної аудиторії крупних інтернет-порталів, наприклад, www.ukr.net, денна аудиторія якого складає близько 430 тис. унікальних користувачів. По прогнозах експертів, преса і далі втрачатиме популярність, а Інтернет – набиратиме обороти.

В умовах фінансової і політичної нестабільності в суспільстві і економіці країни актуальним питанням стійкого розвитку підприємств різних галузей народного господарства виступає комплексне управління рекламною діяльністю, зокрема, методика планування розподілу рекламних зусиль для отримання найбільшого ефекту від вкладених в рекламу засобів. Найменш вивченою і науково обгрунтованою проблемою в цій області є реалізація контрольних функцій управління рекламною діяльністю, що включає комплексну оцінку ефективності рекламних кампаній.

Розвиток індустрії комунікаційних послуг, інформаційна революція відкривають все нові можливості для вдосконалення рекламною діяльності. Залучення інвестицій в рекламу і підвищення ефективності їх використання впливає на зростання конкурентоспроможності вітчизняних товарів, їх якість, економічний стан виробника.

Роль реклами в досягненні загальноекономічних цілей складно переоцінити, багато в чому це пояснюється тим, що для підприємців вона є одним з основних чинників боротьби за ринки збуту товарів, тобто за споживачів.

Існує величезна кількість визначень реклами. У більшості визначень з'єднується інформаційна, сповіщальна і комунікаційна сторони реклами. Проте, у всіх визначеннях, є загальне, реклама – це той інструмент, за допомогою якого споживачу дається інформація, яка спонукає його до певних дій, наприклад, до придбання рекламованого товару. В той же час можна виділити основні риси в характеристиці реклами, а саме:

- реклама – це своєрідна форма інформації;
- неособистий характер рекламної інформації;
- реклама направлена в основному не в особисту адресу, а потенційним покупцям;
- реклама здійснюється за рахунок і від імені рекламодавця зацікавленого в залученні потенційного клієнта зробити акт покупки пропонованого товару або послуги;
- реклама не претендує на безсторонність;
- основна увага в ній приділяється перевагам рекламованого товару, і можуть бути не згадані недоліки;
- багатократне повторення рекламних доводів надає певний психологічний тиск на споживача і підштовхує його до купівлі;
- через рекламу підтримується зворотний зв'язок з покупцем, вона спонукає зробити покупку, тобто націлена на отримання прибутку від реалізації проведених товарів і послуг.

На підставі дослідженого матеріалу, з урахуванням проведеного аналізу визначень реклами можна запропонувати власне поняття реклами.

Реклама – це діяльність підприємства, яка цілеспрямовано впливає на поведінку споживачів, забезпечує їх важливими відомостями, фактами і іншою інформацією про товар і умови його продажу, а також формує у них прихильність до даного товару і спонукає зробити покупку.

Реклама для виробника є практично єдиним засобом дії на ринок і отримання від нього по каналах «зворотного зв'язку» украй необхідної в умовах інформаційного суспільства інформації, перш за все, про сам ринок, товари, конкурентів, і споживачів.

Головне економічне призначення реклами – формування і забезпечення збуту, прискорення обороту капіталу і збільшення прибутку рекламодавцю. Дане призначення реклама виконує завдяки її інформаційно-сповіщальній функції.

Розгляд реклами як інформаційно-сповіщальної комунікації дає підхід до визначення ефективності рекламних витрат, логічно завершується визначенням ефективності комунікації, оскільки в зміст комунікації входить і ефект від комунікації. Реклама не просто інформація, як її іноді трактують, і навіть не сповіщальна інформація, а комунікація, що припускає зворотний зв'язок і рівень цього зв'язку у вигляді ефективної організованої комунікації.

Значення реклами полягає в тому, що вона звертається безпосередньо до споживача, інформуючи його перш за все про той аспект товару, який найбільш важливий для покупця. Таким чином, комунікації, здійснювані за допомогою реклами, направлені на досягнення і зміцнення позицій товару на ринку, а їх ефективність повинна вимірюватися досягнутим результатом.

Оскільки реклама — форма комунікації товаровиробника із споживачем, без якої основна маса товарів не дійшла б до споживача, рекламний процес слід розглядати як продовження процесу виробництва, а рекламні витрати як частина витрат виробництва і звернення.

Висновок. Недостатня зовнішня і внутрішня інформація про суб'єктів рекламного ринку, відсутність методики планування рекламних кампаній ведуть до втрат фінансового, тимчасового, трудового характеру, а також до низької ефективності рекламних кампаній, що проводяться. Для комерційних підприємств і організацій якісно і своєчасно проведена рекламна кампанія є не тільки основою досягнення маркетингових цілей, але і важливим чинником функціонування і розвитку фірми.

Найбільшого значення інвестиції в рекламу набувають у зв'язку з посиленням конкурентної боротьби в ринковому середовищі. Разом з цим посилюванням зростає і прагнення рекламодавців підвищити ефективність рекламних кампаній, що проводяться, а також проводити оцінку ефективності, що дозволить отримувати інформацію про доцільність використання реклами і результативність її окремих засобів і методів, а також визначати умови оптимальної дії реклами на потенційних споживачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Энтони Фарбей Эффективная рекламная кампания. Руководство по стратегии, планированию и выявлению потенциального потребителя [Текст] / Энтони Фарбей. – Днепропетровск: Баланс-Клуб, 2003 г.
2. Уэллс У. Реклама: принципы и практика. Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук [Текст] / У.Уэллс, Дж.Бернет, С. Мориарти – СПб: Питер, 2003. – 800 с.
3. Музыкант В.Л. Теория и практика современной рекламы. [Текст] / В.Л. Музыкант – М.: Евразийский регион, 1998.

УДК 339.94:330.34

С.Вовк, Р.Сивак

МОТИВИ І МЕТОДИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

У статті проаналізовано мотиви та методи інтернаціоналізації діяльності міжнародних компаній, зроблено прогнози щодо тенденцій розвитку мобільності реального капіталу міжнародних компаній і локалізації міжнародного бізнесу в географічному просторі.

Ключові слова: міжнародні корпорації, транснаціоналізація, реальний капітал, міжнародна мобільність реального капіталу, інвестиційна привабливість.

В статье проанализированы мотивы и методы интернационализации деятельности международных компаний, спрогнозированы тенденции развития мобильности реального капитала международных компаний и локализации международного бизнеса в географическом пространстве.

Ключевые слова: международные корпорации, транснационализация, реальный капитал, международная мобильность реального капитала, инвестиционная привлекательность.

The article deals with analyzing the motives and methods of international companies' activity internationalization and forecasting the trends of real capital mobility of international companies and localization of international business in geographical area.

Keywords: international companies, transnationalization, real capital, international mobility of real capital, investments attractiveness.

Постановка проблеми. Розвиток міжнародних економічних відносин та активізація глобалізаційних процесів, з одного боку, та розвиток міжнародного бізнесу, з іншого, сприяли розвитку нових методів інтернаціоналізації діяльності міжнародних компаній (МК). Міжнародна мобільність реального капіталу на рівні міжнародних компаній є важливим рушієм їхнього подальшого розвитку та зміцнення позицій в умовах глобальної економічної рецесії.

Аналіз останніх публікацій. У цьому напрямку здійснені дослідження У. Ахароні, П. Баклі, Б. Баласса, Р. Вернона, А. Гальчинського, В. Гейця, Е. Гекшера, А. Гроппеллі, Дж. Данінга, О. Домара, К. Іверсена, М. Кассона, У. Кіндлербергера, Р. Коазе, В. Куриляк, Д. Лук'яненко, Ю. Макогона, К. Маркса, Є. Медведкіної, Дж. Мілля, О. Мозгового, С. Мочерного, Е. Нікбахта, Б. Оліна, Т. Орехової, Є. Панченка, Ю. Пахомова, М. Портера, А. Поручника, М. Поснера, Д. Рікардо, О. Рогача, Л. Руденко-Сударевої, Є. Савельєва, С. Сливоцькі, А. Сміта, Р. Стобоуха, Ф. Таунсено, М. Туган-Барановського, Дж. Файрвезе, А. Філіпенка, І. Фішера, Р. Фріша, С. Хаймера, Р. Харрода, П. Хейне, Дж. Хікса, С. Юрія, В. Ярайса.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Сьогодні є чимало теоретичних концепцій, що пояснюють міжнародну мобільність реального капіталу. Більшість із них розглядають як ключовий фактор – ринок та його кон'юнктуру, інші вважають, що прямі іноземні інвестиції варто досліджувати на макроекономічному рівні, решта – на мікроекономічному рівні. Невирішеним питанням залишалось формування системи факторів інвестиційної привабливості ведення міжнародного бізнесу та методів посилення міжнародної мобільності реального капіталу міжнародних компаній в умовах глобальної економічної рецесії внаслідок світової фінансово-економічної кризи 2007-2009 рр.

Мета дослідження і виклад основного матеріалу. Метою даної статті є виокремлення сучасних тенденцій щодо мотивів та методів інтернаціоналізації діяльності міжнародних корпорацій. Для досягнення поставленої мети були вирішені наступні завдання: - досліджено географію та мотиви інтернаціоналізації діяльності міжнародних корпорацій; - проаналізовано

методи інтернаціоналізації діяльності міжнародних компаній; - визначено перспективи локалізації транснаціональних компаній у географічному просторі.

Підприємство, котре прийняло рішення про здійснення ПІ, має відповіді на ряд обов'язкових запитань (див. рис. 1).

Як питання, так і відповіді пов'язані з прийняттям правильного рішення щодо інвестування, у зв'язку з цим запитання та відповіді на них є взаємопов'язаними й взаємодоповнючими. Відповіді на висловлені питання є певним комплексом рішень.



Рисунок 1. Основні компоненти рішення про інвестування.

Необоротний і всеохоплюючий процес глобалізації потребує всебічного аналізу й стратегічних висновків.

Г. Харламова розглядає інвестиційний потенціал будь-якої країни як такий, що є динамічною системою і може бути відображений двома блоками: (1) зовнішня динаміка відбору (зовнішнє інвестиційне середовище країни); (2) внутрішня динаміка реакції (результати впливу надходжень інвестицій і нових трансформаційних процесів на макроекономічний розвиток країни) [3; 58].

Варті уваги у контексті прогнозування майбутніх тенденцій мобільності реального капіталу у світовому господарстві є результати дослідження серед топ-менеджерів ТНК, яке проводилося Організацією Об'єднаних Націй. Одним з основних завдань дослідження – аналіз привабливості регіонів світу для міжнародних компаній на предмет розміщення їх реального капіталу у країнах світу. Так, найбільш популярними у цьому рейтингу є Китай (52% респондентів погодилися б на інвестиції) та Індія (41), дещо менша зацікавленість іноземних інвесторів Росією (35) та США (21) як потенційних країн локалізації бізнесу, ще менш привабливими для інвесторів є Бразилія (13), Велика Британія (9) та Австралія (9). Україна ж у даному рейтингу набрала лише (7), хоча у порівнянні з іншими країнами цей показник є досить значним (для порівняння: Японія (4), Чехія (2), Канада (4), Німеччина (6) (див. рис. 2).

Щодо регіонів в контексті локалізації бізнесу ТНК, то в перспективі найбільш популярними є Південна, Східна та Південно-Східна Азія (2,95 бали), США та Канада (2,77), ЄС-15 (2,66), ЄС-12 (2,43). Найменш привабливими для інвесторів у цьому контексті є: Суб-сахаріальна Африка (0,83), Північна Африка (1,08). При чому, що стосується такої форми виходу на іноземний ринок як створення нового підприємства, то вона буде актуальною для регіонів Суб-сахаріальна Африка, Південної, Східної та Південно-Східної Азії, європейських країн (за виключення країн-членів ЄС), а найменш актуальними для – ЄС-15, розвинутих країн (окрім, США, Канада), нові ЄС-12 (див. рис. 3, табл. 1, Джерело: UNCTAD survey).

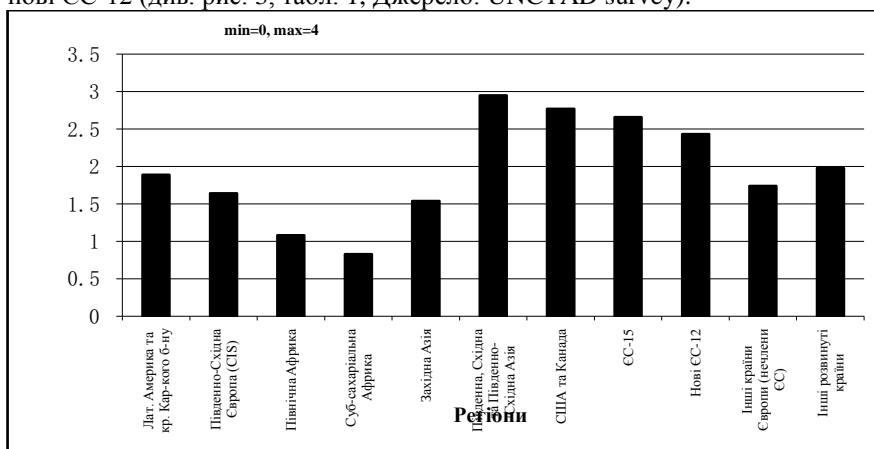


Рисунок 2. Привабливість регіонів щодо локалізації діяльності МК

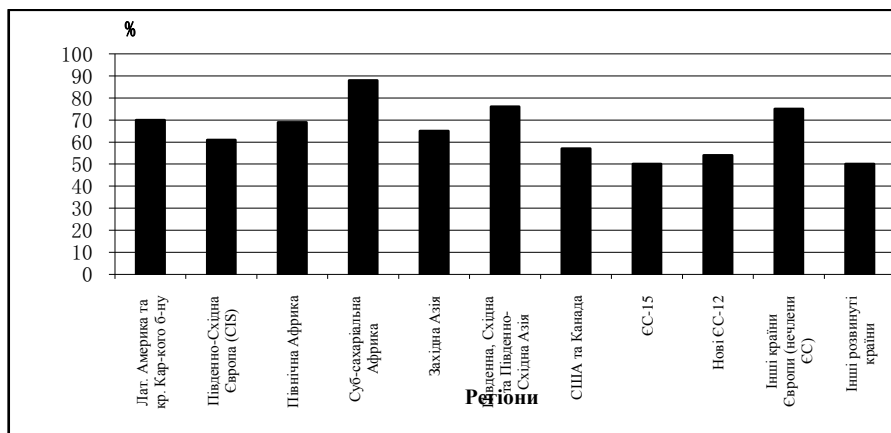


Рисунок 3. Створення нових підприємств як форма виходу на іноземний ринок

Із восьми перелічених факторів ризику при прийнятті рішення про інвестиційну діяльність згідно з аналізом даних UNCTAD за період 2007-2009 роки, до найменш важливих відносимо глобальний тероризм, цінову волатильність, зміну обмінного курсу. До факторів, які несуть у собі найбільше ризику при інтернаціоналізації діяльності компанії, відносяться по-перше, фінансова дестабілізація, по-друге, війна та політична дестабілізація, по-третє, зміни у інвестиційному середовищі приймаючого ринку. Економічний спад та корупція на прийняття рішення про мобільність реального капіталу у ту чи іншу країну відіграють посередню роль.

Продовжуючи розглядати результати дослідження, можемо констатувати, що ТНК розміщуючи свої активи за межами країн свого походження приймають рішення про інвестування беручи до уваги, насамперед, розмір та потенціал розвитку локальних ринків. З огляду на перший критерій для інвесторів є привабливими ринки країн Західної Азії, Північної Америки, Південної, Східної та Південно-Східної Азії та країни Південно-Східної Європи та СНД. Щодо критерію відносно потенціалу розвитку локальних ринків, то тут привабливими є країни Південно-Східної Європи та СНД, Південної, Східної та Південно-Східної Азії, Західної Азії та Північна Африка.

Таблиця 1. - Фактори інвестиційної привабливості регіонів світу

Критерій Регіон	Слдування за лідером	Кваліфікована праця	Дешева праця	Розмір локального ринку	Доступ до ринку капіталу	Доступ до природних ресурсів	Доступ до регіонального ринку	Ріст локального ринку	Ефективність уряду, мотиви	Стабільність інвестиційного середовища	Інші фактори	Всі фактори
Розвинуті країни												
Північна Америка	2	11	-	24	7	6	10	12	7	20	2	100
СС-15 та інші європейські країни	3	11	-	20	6	4	11	12	11	19	4	100
Нові ЄС-12	3	12	12	12	2	8	13	19	6	12	1	100
Інші розвинуті країни	2	9	-	17	2	15	7	13	7	22	6	100
Країни, які розвиваються												
Північна Африка	-	4	17	17	-	25	13	21	-	4	-	100
Суб-сахаральна Африка	6	-	6	15	-	23	9	18	12	12	-	100
Західна Азія	3	3	3	27	7	15	5	25	5	7	-	100
Південна, Східна та Південно-Східна Азія	6	4	8	25	1	5	12	31	1	3	4	100
Латинська Америка	4	12	6	16	1	10	11	21	7	7	5	100
Південно-Східна Європа та СНД	6	4	8	25	1	5	12	31	1	3	4	100
Середній показник по світу	4	9	9	21	2	6	10	20	5	10	3	100

Джерело: UNCTAD survey

Стратегія „слідування за лідером” та доступ до ринку капіталу на сьогодні важливої ролі не відіграють з огляду на процес обрання потенційного ринку локалізації бізнесу.

Якщо ж порівняти дані по регіонах наведених у табл. 1 з середніми світовими показниками, то можна спрогнозувати зростання у перспективі потоків реального капіталу до Північної Африки, Латинської Америки, нових країн-членів ЄС-12 та регіону країн Південної, Східної та Південно-Східної Азії.

Найбільш перспективними у цьому контексті є країни: Австралія, Мексика, Польща, Китай, Індія, Велика Британія, Німеччина, В'єтнам (див. табл. 2). Щодо Китаю та Індії вони володіють достатнім потенціалом, але показники не є максимальними по виборці, хоча й перевищують рівень середньо світових.

Таблиця 2.- Фактори інвестиційної привабливості країн світу

Критерії Регіон	Слідування за лідером	Кваліфікована праця	Дешева праця	Розмір локального ринку	Доступ до ринку капіталу	Доступ до природних ресурсів	Доступ до регіонального ринку	Ріст локального ринку	Ефективність уряду, мотиви	Стабільність інвестиційного середовища	Інші фактори	Всі фактори
Китай	6	8	14	26	1	3	7	28	2	4	1	100
Індія	5	13	14	24	-	1	7	29	1	4	1	100
США	2	11	-	25	7	6	10	12	6	19	2	100
Росія	7	4	5	29	1	4	8	36	-	3	4	100
Бразилія	3	10	5	24	-	7	8	29	5	3	5	100
В'єтнам	8	14	27	14	-	2	8	17	3	3	3	100
Велика Британія	2	8	-	20	8	6	9	9	13	20	5	100
Австралія	-	11	-	8	3	19	8	11	8	25	6	100
Мексика	5	19	12	9	-	2	14	12	12	12	4	100
Польща	7	14	11	14	4	4	9	16	7	14	-	100
Німеччина	9	18	-	21	6	-	9	12	3	23	-	100
Середній показник по світу	4	9	9	21	2	6	10	20	5	10	3	100

Джерело: UNCTAD survey

Дедалі більшого поширення набувають форми неакціонерних ПІІ, що охоплюють проміжні контракти, контракти субпідрядку, договори з управління, франчайзингу, ліцензування і спільне використання продукції. Так, за даними UNCTAD, у 2009–2011 рр. порівняно з 2006–2008 рр. зменшилися переваги експорту, злиттів і поглинань, будівництво нових підприємств та збільшилися

переваги використання таких методів інтернаціоналізації діяльності, як співпраця, договори партнерства, аутсорсинг, ліцензування і франчайзинг (див. рис. 3).

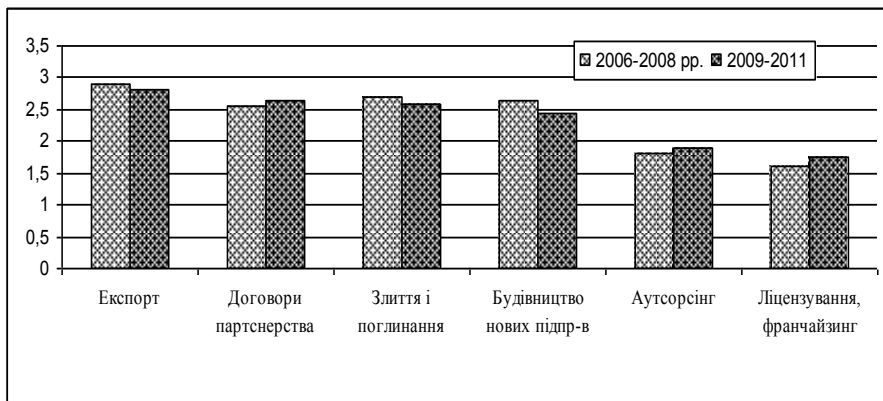


Рисунок 3. Методи виходу ТНК на іноземні ринки.

Висновки. Отже, у зв'язку з активізацією та розширенням сфер діяльності міжнародних компаній, розвитком стратегічного менеджменту МК, впровадженням нових технологій та продуктів управління, стратегії виходу на іноземний ринок шляхом здійснення ПП потребують наукового узагальнення цих процесів, а також розвитку теоретичної бази ПП, враховуючи перспективи розвитку як міжнародних компаній, так і самих процесів інвестування та методологію його здійснення.

За сучасних умов розвитку міжнародного бізнесу не виключається формування нових методів у результаті виявлення нових спонукальних чинників інтернаціоналізації діяльності.

ЛІТЕРАТУРА

1. UNCTAD Foreign Direct Investment Interactive Database [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unctad.org
2. Вовк С. В. Мобільність реального капіталу у процесах формування нового світового економічного порядку / С. В. Вовк // Вісник ТНЕУ. – 2009. – № 5. – С. 255–261.
3. Климов В. Мировая экономика: прогноз до 2050 г. // Вопросы экономики. – 2008. – № 5. – С. 62–79.
4. Паньков В. С. Глобализация экономики: сущность, реалии, виды на будущее // Международная экономика. – 2009. – № 6. – С. 4–23.
5. Харламова Г. О. Вплив інвестицій на економічне зростання / Г. О. Харламова // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 57–61.
6. World Investment Prospects Survey 2007-2009. United Nations. New York and Geneva. – 2007. – 73 p.

НЕОБХІДНІСТЬ ЗМІНИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ КРИЗИ

У статті розглянуті основні проблеми, з якими зіткнулись підприємства в умовах кризи, а також висвітлені основні недоліки керівників підприємств при спробах вивести підприємство із кризового стану. Визначені основні шляхи подолання проблем та уникнення типових помилок, які погіршують економічну ситуацію.

Ключові слова: підприємство, криза, маркетингова політика.

В статье рассмотрены основные проблемы, с которыми столкнулись предприятия в условиях кризиса, а также выделены основные недостатки руководителей предприятий при попытках вывести предприятие из кризисного состояния. Определены основные пути преодоления проблем и избежания типичных ошибок, которые ухудшают экономическую ситуацию.

Ключевые слова: предприятие, кризис, маркетинговая политика.

The article reviews the major problems encountered by enterprises in crisis, and highlights the main shortcomings of managers when attempting to bring the company out of crisis. The main ways of overcoming problems and avoid common mistakes that worsen the economic situation.

Keywords: of enterprises, the crisis, the marketing policy.

Постановка проблеми. Формування маркетингової політики підприємства є важливим етапом правильного та ефективного використання наявних ресурсів з метою продажу готової продукції або надання послуг. В умовах кризи питання маркетингу стає актуальнішим. Оскільки саме в таких умовах правильне виважене рішення щодо подальшої діяльності підприємства. В такій ситуації необхідно встановити нові цілі або скоригувати відповідно до нових умов старі цілі, визначити кращий напрям подальшої діяльності підприємства чи завойовувати нові сегменти чи активно підтримувати вже існуючі. Основною помилкою більшості підприємств є зведення бюджету маркетингу до нуля, що призведе в подальшому до більших витрат на повернення вже досягнутого рівня результатів, оскільки певні ринкові сегменти вже можуть бути зайняті конкурентами. Саме тому правильна оцінка ситуації, розуміння керівництвом та персоналом важливості маркетингу в сучасних кризових умовах є дуже актуальним питанням.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій. Стратегічне маркетингове планування є невід'ємною частиною ефективного розвитку та органічної взаємодії підприємства з глобальним ринковим середовищем. Багато праць присвячено питанням стратегічного маркетингу, передусім це розробки відомих зарубіжних авторів, таких як Ігор Ансофф, Філіп Котлер,

Жан Жак Ламбен, Куденко Н.В., Каніщенко О.Л., Старостиної А.О., Циганкової Т.М.

Мета статті. Визначити необхідність застосування нових інструментів маркетингу та проаналізувати можливі шляхи подолання кризової ситуації на підприємстві будь-якої галузі промисловості.

Викладення основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах господарювання більшість підприємств розвивались дуже швидкими темпами, але виявились неспроможними працювати і далі в умовах кризи, що призвело до банкрутств або втрати лідируючого положення на ринку. Дослідження фахівців протягом останніх років з підприємствами різних галузей економіки України показали, що керівники підприємств намагаються вийти із кризи переважно шляхом «проб і помилок». Для успішного вирішення проблем їм бракує економічних знань та стратегічного ринкового мислення.

Протягом останніх років темпи розвитку економіки України були досить високими, і це залежало від інтенсивному розвитку банківського сектору та інвестиційної активності, які фінансували інші галузі економіки. Глобальна економічна криза в Україні впливає на всі аспекти економічної діяльності суспільства, у тому числі і підприємств, зокрема на: - фінанси; - виробничі процеси; - організаційні структури підприємства та їх управління; - взаємодія між підприємствами та навколишнім середовищем; - споживання (скорочення споживання, падіння споживчого попиту). У зв'язку з цим особливої уваги заслуговує необхідність зміни підходів до організації виробництва, бізнесу та управління підприємством загалом з позиції їх оптимізації. В їх основу має бути покладено політику маркетингу та відповідні стратегії. Маркетингова інформація і маркетингові рекомендації розглядаються як базова інформація до прийняття антикризових управлінських рішень, спрямованих на стабілізацію і вихід організації з кризи. Маркетингові програми включають заходи, які варто виконати організації для стабілізації ситуації на ринку і з виходу з кризи неплатоспроможності. Пріоритетними в антикризовому маркетингу є стратегії просування товарів на нові ринки, зміцнення становища на старих ринках. Значимість цінностей бранда для потенційних покупців знижується пропорційно скороченню їх доходів. Тому максимальних обсягів продажу досягнуть ті, хто переконає споживачів в економічності свого товару. Штучне вписування свого товару до переліку предметів першої необхідності це не спосіб збільшення обсягів продажу, а радше спроба запобігти їх різкому зниженню.

Для виходу з кризи підприємствам необхідні фінансові ресурси, але в умовах кризи залучення зовнішніх ресурсів стає неможливим. Саме тому підприємству потрібно оптимізувати свою діяльність таким чином, щоб позбавитись зайвого функціонального навантаження. Згідно з дослідженнями

по проведенню організаційних аудитів відомо, що навіть до «кризи» оптимізація організаційної структури компанії і взаємодії між підрозділами приводила до виявлення до 10-20 % «баласту» компанії, тобто співробітників, без яких компанія може успішно розвиватися.

В період кризи потрібно зробити переоцінку амбіцій підприємства і таким чином змінити спрямованість діяльності. Необхідно переглянути політику ціноутворення і знизити ціни, завоювавши таким чином тих споживачів, які бажали придбати потрібний їм товар, але вичікували зниження цін. Але ні в якому разі неможна знижувати якість своєї продукції або послуг, оскільки якраз якість є тією базою на яку підприємство буде спиратися після виходу із кризи.

Отже стає зрозумілим, що більшість компаній робить однотипні помилки під час кризи: по-перше, вони намагаються перечекати, коли необхідно діяти, причому навіть активніше, ніж у до кризовому етапі розвитку; по-друге, непотрібно знижувати заробітну плату працівників, позбавляючи їх мотивації, у той час коли підприємству необхідна їх повна віддача; по-третє, потрібно оцінити потенційні можливості контрагентів і співпрацювати лише з тими, які спроможні адекватно реагувати на кризову ситуацію.

Висновки. По-перше, потрібно чітко визначити пріоритети. Треба бути гнучкими, діяти точно та рухатись швидко. Максимально сконцентровано слідкувати за змінами настроїв та купівельної вподобань споживачів. Не можна зводити маркетинговий бюджет до нуля.

Крім того, стає максимально важливою персональна маркетингова стратегія - треба доводити свою корисність і ефективність власних дій. Однозначно зростає роль операційного маркетингу - більшість рішень повинні мати швидкий ефект. Значна кількість компаній перейде до ситуативного управління та короткострокового бюджетування.

Але великої уваги вимагатимуть і такі питання, як створення стабільної правової бази, сприятливого інвестиційного клімату, ефективної системи управління зовнішньоекономічною діяльністю на рівні підприємства, підвищення якості продукції.

ЛІТЕРАТУРА

1. Карбоне Э. Маркетинг в условиях кризиса: последнее, что следует сокращать. [Текст] - Маркетинг и реклама. - № 11. - 2008. - С. 34-35
2. Циганкова Т. М. Міжнародний маркетинг: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. [Текст] - К.: КНЕУ, 2005. — 236 с.

ЕКСПЕРТНИЙ АНАЛІЗ В СИСТЕМІ ВИБОРУ ОБ'ЄКТІВ ПОШУКУ РОДОВИЩ НАФТИ І ГАЗУ

В статті розглядаються можливості застосування експертних методів систематизації і аналізу інформації про нафтогазовидобувні проекти з метою їх відбору і оцінки. Пропонуються методи парної кореляції, числового шкалювання та моделювання параметрів, що характеризують об'єкти пошуку нафти і газу в умовах інформаційної невизначеності і неможливості достовірного оцінювання вхідних даних.

Ключові слова: експертне опитування, пріоритетність критеріїв, взаємозалежність, морфологічний аналіз, нафтогазоперспективний об'єкт.

В статье рассматриваются возможности применения экспертных методов систематизации и анализа информации нефтегазодобываемых проектов с целью их отбора и оценки. Предлагаются методы парной корреляции, числовой шкалы и моделирование параметров которые характеризуют объекты поиска нефти и газа в условиях информационной неопределенности и невозможности правдивого оценивания входящих данных.

Ключевые слова: экспертный опрос, приоритетность критериев, взаимозависимость, морфологический анализ, нефтегазоперспективный объект.

The possibilities of applying expert methods of systematization and analysis of oil and gas production projects information are discussed in the article targeting the choice and analysis. Methods of pair correlations, digital scaling and parameters modelling are proposed, they characterise objects of oil and gas exploration in information uncertainty conditions and impossibility of correct estimation of input data.

Keywords: Experts Inquiry, Priority Criteria, Interdependency, Morphological Analysis, Oil and Gas Prospect.

Постановка проблеми. В процесі нафтогазовидобувної діяльності постійно приходиться мати справу з аналізом перспективних об'єктів та вибору з їх множини найбільш привабливих з комерційної точки зору. Серед методів аналізу потенційних проектів пошуку і розвідки родовищ нафти і газу, важливе місце посідають методи статистичної обробки геолого-технічної і економічної інформації про об'єкт інвестицій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню можливостей застосування методів математичної статистики для оцінки нафтогазоперспективних об'єктів присвячені роботи ряду, як вітчизняних, так і зарубіжних авторів. Зокрема в роботах Жукова М.Н. [1] висвітлено основні напрямки використання методів статистичного аналізу та теорії імовірності для оцінки параметрів і результатів нафтогазовидобувних проектів. Оцінці ефективності пошуково-розвідувальних робіт на нафту і газ, рангуванню об'єктів пошуку, аналізу прогнозних показників їх освоєння, присвячені роботи Бардіна О.О., Зав'ялова В.М., Кучми Л.М. і інших авторів

[2,3]. Аналізу можливостей застосування математичних методів оцінки результатів геологорозвідувальних робіт в умовах невизначеності і ризику, присвячено ряд досліджень Хургіна Я.І., Бешелева С.Д., Чеботарева П.Ю. [4,5,6]. і ін.

Вклад основного матеріалу. В такого роду аналізі важливим етапом є вибір проектів з врахуванням ризиків, котрі можуть мати місце в процесі їх реалізації. Як правило, на етапі вибору об'єктів відсутні повні і достовірні дані, необхідні для прийняття рішень, а наявна інформація характеризується високим ступенем невизначеності. За таких умов, найбільш оптимальним методом аналізу ризиків і вибору проектів, стає метод експертних оцінок.

Всю множину погано формалізованих проблем нафтогазовидобувного бізнесу умовно можна поділити на два класи [7]. До першого класу відносяться проблеми, по відношенню до яких є достатній інформаційний потенціал, що за правильної організації системи опитування дозволяє успішно вирішувати ці проблеми. В даному випадку, у відповідності з [5], повинні виконуватись наступні гіпотези.

1. Експерт виступає сховищем великого об'єму раціонально обробленої інформації, і саме тому він може розглядатися як якісне джерело інформації;

2. Групова думка експертів близька до істинного рішення проблеми.

Якщо ці гіпотези правильні, то для побудови процедури опитування і алгоритмів обробки, можна використовувати теорії вимірювання і математичної статистики.

До другого класу відносяться проблеми, по відношенню до яких інформаційний потенціал знань недостатній для впевненості в правильності вказаних гіпотез. Тому для проблем другого класу в основному повинна застосовуватися якісна обробка даних. В ході досліджень можливостей аналізу недосконалої інформації встановлено наступне. Мірою узгодженості даних експерта щодо впорядкованості критеріїв за важливістю, може слугувати коефіцієнт координації Кандела W [8].

Припустимо наявність p рангувань, отриманих в результаті впорядкування за важливістю m критеріїв. Рангування може бути отримане як при опитуванні експертів одним і тим же методом, так і при опитуванні одного експерта p методами. Узгодженість p рангувань визначають коефіцієнтом W [8].

$$W = \frac{12}{p^2(m^3 - m)} S = \frac{12}{p^2(m^3 - m)} \sum_{j=1}^m \left[\sum_{i=1}^p R_{ij} - \frac{p(m+1)}{2} \right]^2. \quad (1)$$

Коефіцієнт координації W потрібно інтерпретувати, як нормовану суму відхилень сумарного рангу $\sum_{i=1}^p R_{ij} = R_j$ j -го критерію від середнього сумарного рангу $R = p(m+1)/2$. Значення W можуть змінюватись в діапазоні $0 < W \leq 1$, при цьому $W = 1$ тільки в тому випадку, коли всі

рангування співпадають, і $W \approx 0$ відповідає слабій узгодженості експертів чи методів.

За наявності зв'язаних рангів, формула (1) може бути трансформована:

$$W = \frac{\sum_{j=1}^m (\sum_{i=1}^p R_{ij} - p(m+1)/2)^2}{(1/12)p^2(m^3 - m) - p \sum_i T_i} \quad (2)$$

Поправочний коефіцієнт T_i враховує число зв'язаних рангів t_{ik} в k -й групі нерозрізнюваних рангів i -го рангування:

$$T_i = \frac{1}{12} \sum_{k=1}^{p_i} (t_{ik^3} - t_{ik}), \quad (3)$$

де p_i – число групи нерозрізнюваних рангів в i -му рангуванні.

Коефіцієнт координації дозволяє не тільки оцінити узгодженість суджень експертів, але і перевірити значимість рангового зв'язку між ними. Для вибіркового рангувань $R_i (R_{i1}, \dots, R_{im})$, $i = \overline{1, p}$, коефіцієнт W представляє собою рангову статистику, розподіл якої при гіпотезі відсутності узгодженості між експертами (чи між методами для кожного експерта), тобто за випадкового характеру їх суджень, відомий. У випадку малих значень p і m ($p \leq 4$; $m \leq 6$) для перевірки цієї ж гіпотези можна використати статистику S - множник у рівнянні (1).

Якщо отримане за формулами (1) і (2) значення коефіцієнта W (чи S) не перевищує табличного значення [8] $W_\alpha(p, m)$ чи відповідно $S_\alpha(p, m)$ для вимірюваного рівня значимості α , то гіпотезу про відсутність узгодженості приймають, а в протилежному випадку дані експертів вважають узгодженими.

Проблемою застосування цього методу на практиці є те, що за умов багатокритеріальної оцінки та значної інформаційної невизначеності, експертам важко оцінювати об'єкт за значною кількістю критеріїв. Набагато простіше давати відповіді на запитання спеціально розроблених анкет. При цьому легше за все відповідати на питання загального якісного характеру і дещо важче – на запитання загального кількісного. Проаналізовано три найбільш поширені методи експертного опитування і способи математичної обробки їх результатів з метою виявлення специфіки та встановлення можливостей і обмежень застосування методу в нафтогазовидобувній діяльності і інформаційних особливостей його забезпечення.

1. Безпосередня оцінка. Цей метод базується на кількісній оцінці експертами відносної важливості критеріїв. Допустимо, що в експертному опитуванні беруть участь q експертів, оцінюючи важливість m критеріїв. Позначимо через ω_{ij} число, приписане i -м експертом j -му критерію. Обробка даних експертного опитування зводиться до обчислення індивідуальних $\alpha_{ij}^{(1)}$ і усереднених $\alpha_j^{(1)}$ вагових коефіцієнтів j -го критерію, індекс (1) вказує на номер методу обробки.

Індивідуальний ваговий коефіцієнт $\alpha_{ij}^{(1)}$ відповідає значимості j -го критерію на думку i -го експерта. Він може бути отриманий шляхом нормування():

$$\alpha_{ij}^{(1)} = \omega_{ij} / \sum_j \omega_{ij} \quad i = \overline{1, q}; \quad j = \overline{1, m}. \quad (4)$$

Усереднені вагові коефіцієнти $\alpha_j^{(1)}$ представляють собою середню, за даними всіх експертів, оцінку ваги для кожного критерію:

$$\alpha_j^{(1)} = \sum_i \alpha_{ij}^{(1)} / \sum_{ij} \alpha_{ij}^{(1)} = \sum_i \alpha_{ij}^{(1)} / q, \quad j = \overline{1, m}. \quad (5)$$

Аналіз виразу (5) вказує на те, що застосування даного методу правомірно лише для випадків, коли експерти можуть оцінити в скільки раз один критерій важливіший за інший, тобто в шкалі відношень. На практиці достовірність таких кількісних оцінок викликає сумнів, про що свідчать часті різнобій експертів в оцінці ризиків запасів, прогнозів буріння, видобутку, співставлення прогнозних затрат і ін.

Рангування. Суть методу полягає в впорядкуванні експертами всієї сукупності критеріїв зі зниженням їх відносної важливості. При цьому кожному з критеріїв приписують ранг-число, що характеризує його порядковий номер. Ранг 1 отримує найважливіший критерій, ранг m найменш можливий.

Ряди зв'язаних рангів служать основою для отримання вагових коефіцієнтів. Зв'язані ранги R_{ij} (i -й номер експерта, j -й номер критерію) перетворюються наступним чином:

$$\tilde{R}_{ij} = m + 1 - R_{ij}, \quad i = \overline{1, q}; \quad j = \overline{1, m}. \quad (6)$$

Перетворений ранг \tilde{R}_{ij} отримують приписуванням одиниці критерію, що стоїть на останньому місці, і т.д. таким чином \tilde{R}_{ij} буде більшим, чим важливіший j -й критерій на думку i -го експерта. Цей висновок використовується для визначення вагових коефіцієнтів в рангових методах: Обчислюємо суму перетворених рангів j -го критерію для всіх експертів:

$$\tilde{R}_j = \sum_{i=1}^q \tilde{R}_{ij}, \quad j = \overline{1, m},$$

і припускаємо, що «вага» критерію пропорційна цілій величині:

$$\alpha_j^{(2)} = \tilde{R}_j / \sum_{j=1}^m \tilde{R}_j = \sum_{i=1}^q \tilde{R}_{ij} / \sum_{ij} \tilde{R}_{ij} = 2 \sum_i \tilde{R}_{ij} / (qm(m + 1)), \quad j = \overline{1, m}. \quad (7)$$

2. Повні парні порівняння. Суть методу парних порівнянь [6] повинна бути зведена до того, що експертам пропонують послідовно порівняти всі можливі пари критеріїв і в кожній парі визначити більш

важливий. На основі переваг i -го експерта будується матриця A_i парних порівнянь, елементи якої α_{jk}^i визначають наступним чином:

$\alpha_{jk}^i = 1$, якщо i -й експерт вважає, що j -й критерій важливіший за k -й, $\alpha_{jk}^i = 0$ – в решті випадків. Далі потрібно визначити число випадків p_{ij} , коли i -м експертом j -й критерій при парному порівнянні вважався більш важливим в порівнянні з іншими критеріями,

$$p_{ij} = \sum_{k \neq j} a_{jk}^i, \quad i = \overline{1, q}, \quad j = \overline{1, m}. \quad (8)$$

де q – число експертів.

Знаючи, що оцінки p_{ij} будуть змінюватись від 0 до $m - 1$, його беруть тим вищим, чим важливіший j -й критерій на думку i -го експерта. Вагові коефіцієнти критеріїв для кожного з експертів, можна розрахувати за наступною формулою:

$$\alpha_{ij}^{(3)} = p_{ij} / \sum_j p_{ij} = 2p_{ij} / (m(m - 1)), \quad i = \overline{1, q}; \quad j = \overline{1, m}. \quad (9)$$

Кінцеве значення вагових коефіцієнтів пропонується розраховувати шляхом усереднення $a_{ij}^{(3)}$ для групи експертів:

$$a_j^{(3)} = \sum_i \alpha_{ij}^{(3)} / \sum_{ij} \alpha_{ij}^{(3)} = \sum_i \alpha_{ij}^{(3)} / q, \quad j = \overline{1, m}. \quad (10)$$

Оскільки ранги R_i і матриці парних порівнянь A_i залежать тільки від вибору експертів, то вагові коефіцієнти, отримані методом парних порівнянь, не змінюються при монотонних перетвореннях шкали оцінки критеріїв. Звідси витікає, що застосування методу правомірне і тоді, коли експерти не мають змоги дати кількісну оцінку: в скільки раз, чи на скільки один критерій важливіший за інший, а в змозі лише порівняти критерії за важливістю.

Виконуючи аналіз переваг і обмежень кожного з методів, можна зробити висновок, що метод парного порівняння є оптимальним для використання експертних оцінок при прийнятті рішень про доцільність інвестування в той чи інший нафтогазовидобувний проект. Основою такого рішення є те, що більшість геотехнічних і комерційних параметрів проекту є взаємозалежними:

а) при оцінці величини запасів, важливе значення відіграє пористість нафтогазоносних пластів; від пористості залежать фільтраційні властивості пласта; вони, в свою чергу, визначають дебіти свердловин;

б) глибина покладів вуглеводнів значною мірою впливає на вартість буріння експлуатаційних свердловин, а через тиск на величину їх запасів. Пластові тиски визначають рівні відбору нафти і газу із пласта i , таким чином, впливають на рівень доходності і окупності проекту;

в) технологія облаштування родовища i , відповідно, капітальні вкладення корелюються з глибинами розробки покладу і можливостями отримання економічно-рентабельних припливів вуглеводнів.

Пріоритетність критеріїв вибору любых, особливо нафтогазовидобувних проєктів, зважаючи на високий ступінь їх інформаційної невизначеності, і відповідно ризиків, значною мірою має суб'єктивний характер. Слід зауважити однак, що незважаючи на інструментарій і методи, що пропонуються дозастосування, кінцеве рішення завжди повинно прийматися індивідуально чи групою людей.

Висновки. В умовах неповної і не достовірної інформації про нафтогазоносний об'єкт, застосування коефіцієнта координації Канделла дозволяє проводити узгодження даних експертів щодо впорядкованості критеріїв та рангового зв'язку між ними в процесі відбору найбільш перспективних проєктів.

2. В процесі багатокритеріального аналізу найбільш ефективним є метод відбору проєктів за ваговими коефіцієнтами основних значимих параметрів.

3. Враховуючи складність проблеми одночасного аналізу значної кількості показників, що використовуються в процесі аналізу групи проєктів, а для окремих з них невизначеність вхідних даних, або і повну їх відсутність, необхідно продовжити дослідження з метою вивчення можливостей використання методу парних порівнянь для встановлення пріоритетних параметрів за якими виконується рейтингова оцінка нафтогазоперспективних об'єктів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Жуков Н. Н. Вероятностно-статистические методы анализа геолого-геофизической информации [Текст]. К.: Вища школа, 1975. – С. 303.
2. Завялов В. М., Кучма Л. М. Об учете геологических вероятностных показателей поисково-разведочных работ при геолого-экономической оценке перспективных нефтегазоносных объектов [Текст] // Збірник наукових праць УкрДГРІ. – 2008. - № 4. – С. 111-115.
3. Свдошук М. І., Бардін О.О., Кравченко І.В. і ін. Методологія визначення ризиків в оцінці рейтингу потенційно нафтогазоносних структур [Текст] // Геоінформатика. – 2007. - №1. – С. 46 – 53.
4. Хургин Я. И. Нечеткие уравнения в задачах нефтегазовой геофизики [Текст] // «Техническая кибернетика», №5, 1993, – С. 141 – 148.
5. Бешелев С. Д., Гурвич Ф. Г. Математико-статистические методы экспертных оценок [Текст]. М., «Статистика», 1980, – С. 263.
6. Григорина Т. А., Чеботарев П. Ю. Методы экспертных оценок на примере определения предпочтительности объектов [Текст]. Препринт ЦЭМИ, М., 1989, – С. 54.
7. Губерман Ш. А., Извекова Л. Н., Хургин Я. И. Применение методов распознавания образов при интерпретации геофизических данных [Текст]. Сб. «Самообучающиеся автоматические системы». М., «Наука» 1986. – С. 48- 52.
8. Кэндел М. Ранговые корреляции [Текст]. М., «Статистика», 1975, – С. 214.

СИСТЕМА ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: ЕКОНОМІЧНО ЕФЕКТИВНИЙ ПІДХІД ДО ПРОЕКТУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ

В статті розглянуто питання системи безпеки підприємства. Викладено основні вимоги до підготовки та проектування економічно ефективної системи безпеки, адекватної загрозам бізнесу.

Ключові слова: інформаційна безпека, проектування системи інформаційної безпеки, система захист, інформаційний ресурс.

In the article the question of the security company. The basic training requirements and design cost-effective security system, adequate business challenges.

Keywords: information security, information security system design, system protection, information resource.

В статье рассмотрены вопросы системы безопасности предприятия. Изложены основные требования к подготовке и проектирования экономически эффективной системы безопасности, адекватной угрозам бизнеса.

Ключевые слова: информационная безопасность, проектирование системы информационной безопасности, система защита, информационный ресурс.

Постановка проблеми. В наш час – час кризи та нестабільності керівництво будь-якого підприємства розуміє, що неможливо виділити необмежений обсяг фінансів та людських ресурсів на забезпечення інформаційної безпеки. З економічної точки зору відрахування в безпеку повинні показати прибуток або скорочення можливих витрат. Політика забезпечення інформаційної безпеки повинна визначати пріоритети інвестицій в напрямку найбільшої уразливості. Неможливо створити абсолютно надійну систему безпеки. В основному через те, що постійно з'являються нові види загроз, яким система не зможе протистояти, а також через те, що ефективність системи захисту залежить від обслуговуючого персоналу, а людині властиво помилятися. У будь-якому випадку вартість засобів забезпечення безпеки повинна відповідати ризику і прибутку для середовища, що оточує суб'єкт господарювання.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Необхідність побудови системи інформаційної безпеки на підприємстві доводилась такими українськими науковцями, як Кормичем Б.А., Низенком Е.І., Кузьменком Б.В., Лужецьким В.А., Северином Л.І., Гульчаком Ю.П. Кожухівським А.Д. [1-4]. Проте їхні дослідження розкривають лише організаційно-правові або програмно-технічні основи впровадження системи.

Формулювання цілі статті. Дана стаття покликана відповісти на питання, як спроектувати економічно ефективну систему безпеки, адекватну загрозам бізнесу.

Виклад основного матеріалу. На більшості сучасних підприємств система інформаційної безпеки зводиться в основному до безпеки його комп'ютерної мережі та призначена для того, щоб мережа підприємства постійно перебувала в безпечному стані. Проте не слід виключати важливий людський фактор, який у 80% випадків стає джерелом витоку цінної інформації підприємства. Для того, щоб інформаційна мережа перебувала в безпечному стані, вона повинна відповідати ряду властивостей, серед яких основними є конфіденційність, цілісність і доступність.

Перед тим, як приступити до проектування системи безпеки, необхідно сформулювати вимоги до розроблюваної системи. Зробити це найкращим чином допоможе організаційно-нормативна документація. На підприємстві повинна бути розроблена внутрішня нормативна документація: політика інформаційної безпеки, методика визначення цінності або критичності для бізнесу різних даних, правила реагування на інциденти в області порушення інформаційної безпеки тощо. Сформулювати вимоги також допоможуть вітчизняні та міжнародні стандарти. При цьому слід пам'ятати, що вони розробляються як універсальне керівництво, яке не завжди може застосовуватися в оригінальному вигляді на конкретному підприємстві, де сильно розвинена індивідуальність ведення бізнесу. З економічної точки зору ефективно сформулювати власні вимоги до конкретного унікального інформаційного середовища кожного підприємства. До виконання цього завдання слід залучати як фахівців з інформаційної безпеки (у тому числі консультантами з сторонніх спеціалізуються підприємств), так і аналітиків, юристів, технічних фахівців, що обслуговують обчислювальну мережу, і, безумовно, керівництво підприємства.

Спочатку необхідно сформулювати, яку саме інформацію необхідно захищати, потім - від кого, і на аналізі отриманого матеріалу визначити, як найефективніше це зробити. Потім реалізувати розроблену систему безпеки на технічному, організаційному і правовому рівнях.

Необхідно оцінити збиток, який може мати місце у разі витоку інформації або при будь-якому іншому порушенні системи безпеки, а також вірогідність нанесення такої шкоди. Для визначення адекватності вартості системи захисту слід зіставити розміри збитку і ймовірність його нанесення з розмірами витрат на забезпечення захисту. На жаль, отримати реальну вартість інформації досить складно, тому часто застосовуються якісні експертні оцінки; інформаційні ресурси класифікують як критичні для ведення бізнесу, особливої важливості і т. д.

Знання «що захищати» і від «кого» дозволяють точно сформулювати вимоги до системи інформаційної безпеки. На питання, «як захищатися» по кожній з вимог, відповіді вже готові у фахівців з інформаційної безпеки. Сьогодні на ринку представлений цілий ряд спеціальних засобів

інформаційної безпеки, що володіють певним набором властивостей, вартістю, захищеністю.

Для проектування системи безпеки потрібно використовувати наукові, точні математичні методи, для особливо важливих об'єктів - формалізовані моделі безпеки і формальні політики безпеки. Перевагою формального опису політики безпеки є відсутність в ній суперечностей і можливість теоретично довести безпеку системи при дотриманні всіх умов політики безпеки.

Базою для створення системи безпеки служать коректно вироблені вимоги до неї. Коли всі показники, що описують властивості захищаються ресурсами і засобами захисту, виражені кількісно, проектування системи безпеки зводиться до математичної моделі. Для перетворення якісних показників у кількісні можна використовувати експертні оцінки. Коли отримано кількісну оцінку рівня захищеності з даного критерію, є можливість порівнювати різні комплекси засобів захисту. Для побудови економічно ефективної системи захисту необхідно вирішити задачу оптимального вибору засобів реалізації системи захисту від комплексу можливих загроз інформації, що відповідають заданим обмеженням (вартість всієї системи, загальний рівень безпеки, швидкість роботи і т. п.).

Для скорочення розмірності задачі оптимізації, спрощення формалізації політики безпеки та з огляду на специфіку і багатофункціональність інформаційної безпеки пропонується розглядати систему захисту у вигляді сукупності взаємодіючих підсистем. Декомпозиція системи захисту проводиться з метою розподілу різних слабозв'язаних функцій захисту з різних підсистем. У результаті вони можуть проектуватися, реалізовуватися і управлятися в процесі експлуатації роздільно. Число підсистем визначається, виходячи з практичних потреб та мінімізації витрат на проектування і побудову системи безпеки. Інформаційна взаємодія підсистем здійснюється на основі аутентифікації взаємодіючих сторін з встановленням захищеного з'єднання. Подібна побудова дозволяє комплексно використовувати різні засоби і методи захисту, підвищити загальну ефективність системи в цілому при зниженні витрат на проектування і реалізацію, а також скоротити розмірності задачі оптимізації і спростити формалізацію правил функціонування підсистем захисту. Кожна підсистема, у свою чергу, може ділитися на вкладені підрівні захисту. Зв'язок між підсистемами захисту здійснюється за допомогою засобів електронного цифрового підпису.

Усі підсистеми повинні мати однакову ступінь захищеності, що дозволяє ефективно розподілити ресурси системи захисту. У міру проектування системи захисту проводиться поетапна деталізація і конкретизація цілей, завдань і структури підсистем захисту. На етапі експлуатації системи в міру виявлення необлікованих загроз здійснюється уточнення структури і складу підсистем безпеки. Проектування й побудова

систем захисту з апріорно заданими властивостями, відповідними необхідного рівня безпеки, досить трудомістке завдання. Проектування оптимальної системи утруднене через безліч параметрів, які треба врахувати, і через неадекватність моделей безпеки, модифікованих для опису розподілених обчислювальних мереж.

Висновки. З огляду на вищесказане, пропонується методика оптимальної побудови системи захисту, яка описує специфіку розподіленої віддаленої взаємодії компонентів інформаційної системи та багатокритеріального розв'язання задачі вибору комплексу засобів захисту. Методика дозволяє формалізувати архітектуру мережі і правила розмежування доступу в ній, сформулювати вимоги, що ставляться до системи захисту (до компонентів мережі та процедур взаємодії між ними), здійснити проектування системи захисту з необхідним рівнем захищеності з мінімізацією витрат на її проектування, побудову та обслуговування з урахуванням використовуваних інформаційних технологій. Вирішується завдання вибору такої сукупності методів захисту (зі списку всіх доступних методів за кожною з вимог), при якій виконувалися задані обмеження на частину параметрів системи і максимізувалися або мінімізувалися б інші параметри (рівень захищеності і вартість).

ЛІТЕРАТУРА

1. Кормич Б.А. Організаційно-правові засади політики інформаційної безпеки України [Текст] : монографія / Б.А. Кормич ; Одеськ. нац. юрид. акад. - О. : Юрид. літ., 2003. - 471 с.
2. Кузьменко Б.В. Організаційно-правові та програмно-технічні засоби забезпечення інформаційної безпеки [Текст] : навч. посіб. для студ. спец. 6.050101 "Комп'ют. науки" / Кузьменко Б.В. ; Кабмін України, Нац. аграр. ун-т, Каф. автоматиз. с.-г. вир-ва. - К. : [б. и.], 2008. - 164с.
3. Низенко Э. И. Обеспечение безопасности предпринимательской деятельности [Текст] : учеб. пособие / Э.И. Низенко ; Межрегион. акад. упр. персоналом. МАУП. - К. : [б. и.], 2003. - 122 с.
4. Основи організаційного захисту інформації [Текст] : навч. посіб. Для студ. напр. підготовки 1601 - "Інформ. безпека" / В.А. Лужецький, Л.І. Северин, Ю.П. Гульчак, А.Д. Кожухівський ; Вінницьк. нац. техн. ун-т. - Вінниця : ВНТУ, 2005. - 147 с.

УДК 339.137.2

О.О. Железняк, О.С. Кузьменко

ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ДИНАМІКУ ЗБУТУ ТОВАРУ У РИНКОВИХ УМОВАХ

У статті проведено дослідження впливу конкурентного середовища на динаміку збуту товару у ринкових умовах. Розглянуто основні показники, які

використовуються для дослідження конкурентної ситуації на ринку. Запропоновано зведений індекс конкуренції, проведений його аналіз та практичні розрахунки.

Ключові слова: ринок недосконалої конкуренції, показники конкуренції, конкурентна ситуація.

В статье проведено исследование влияния конкурентной среды на динамику сбыта товара в рыночных условиях. Рассмотрены основные показатели, которые используются для исследования конкурентной ситуации на рынке. Предложен обобщенный индекс конкуренции, проведен его анализ и практические расчеты. Ключевые слова: рынок несовершенной конкуренции, показатели конкуренции, конкурентная ситуация.

The article researches the influence of the competitive environment on dynamics of sale of the goods in the market conditions. Considers the basic indicators which are use for research of a competitive situation in the market. Offers the generalized index of a competition, its analysis and practical calculations is carried out.

Keywords: market of an imperfect competition, competition indicators, competitive situation.

Постановка проблеми. На динаміку збуту продукції окремого підприємства впливає кількість конкурентів на ринку та існуюча конкурентна ситуація. Дослідження конкурентного середовища є необхідним для формування оптимальних стратегій поведінки підприємства та одержанні прибутку в умовах ринку недосконалої конкуренції.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблеми діяльності підприємства в умовах конкурентного середовища досліджуються в наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Методичні рекомендації та методи по аналізу та оцінці конкурентної ситуації на ринку, процедури діагностики конкурентних переваг представлені в роботах Азоєва Г.Л. [1], Базилевича В.Д. [2, 9], Григорової З.В. [3], Жердецької Л.В. [5], Ламбена Ж.Ж. [8], Портера М. [10], Шевченка Л.С. [12], Юданова А.Л. [13]. Модель п'яти сил конкуренції М. Портера аналізується в дослідженнях Дикого О.В. [4], Клименка С.М., Омеляненка Т.В., Барабася Д.О., Дубрової О.С., Вакуленка А.В. [7]. У статті Хвостенка О.А [10] на основі системного підходу визначаються основні складові конкурентного середовища та фактори, що впливають на конкурентну взаємодію підприємств. Стверджується, що усі складові конкурентного середовища взаємопов'язані між собою і зміна однієї з них певним чином впливає на поведінку інших.

Проте, варто відзначити, що тема впливу конкурентної ситуації на динаміку збуту різних видів товарів розкрита недостатньо і потребує додаткових досліджень.

Мета статті полягає у дослідженні впливу конкурентного середовища на динаміку збуту товару у ринкових умовах.

Виклад основного матеріалу. Під ринковою конкуренцією розуміють економічну боротьбу продавців за обмежений платоспроможний попит покупців. Конкуренція виступає важливим механізмом забезпечення

ефективності, пропорційності та динамічності ринкової економіки. За рівнем конкуренції на ринку продавців розрізняють: ринки досконалої конкуренції, чистої монополії, монополістичної конкуренції та олігополії.

Аналіз особливостей ринків досконалої і недосконалої конкуренції показав що найбільший потенціал для підвищення темпів збуту товарів має підприємство, що діє на ринку досконалої конкуренції. Проте можливості для одержання прибутку в довгостроковому періоді для досконало конкурентного підприємства є найгіршими. Чим слабшими є конкурентні сили, тим більшими є шанси отримати виробнику товарів високі прибутки. Недосконало конкурентні ринки можна поділити на такі, що побудовані на конкурентних засадах та на монополії.

Монополія характеризується наявністю ринкової монополійної влади. У своїй роботі Базилевич В. [2] визначає ринкову владу як здатність фірми збільшувати прибутки, зменшуючи обсяг реалізації товарів і підвищуючи ціну продукту. Загроза від використання монополійної влади існує лише в тому випадку, коли в довгостроковому періоді підприємство може збільшувати прибутки, у вищезазначений спосіб, і запобігати збиткам через появу нових конкурентів, товарів замінників, змін законодавства, тощо. На монополійному ринку присутній лише єдиний продавець, який немає конкурентів і захищений системою високих внутрішніх і зовнішніх бар'єрів. Для монополіста дії по пришвидшенню збуту товару будуть залежати від того на якому відрізку еластичності кривої попиту він знаходиться в даний момент.

На ринку монополістичної конкуренції фірма-продавець не може в повній мірі отримати вигоду від зменшення ціни, у вигляді збільшення темпів збуту, оскільки зустріне певну протидію з боку конкурентних фірм. Таким чином для стимулювання збуту на даному ринку необхідно використовувати інструменти нецінової конкуренції.

Олігополістичний ринок в залежності від кількості фірм та їх взаємодії між собою може тяжіти як до монополістичної конкуренції, так і до монополії. Поведінка фірми на олігополістичному ринку в значній мірі залежить від рівня концентрації та відповідної реакції конкурентних підприємств, тому єдиної моделі ефективної поведінки не існує.

Конкурентні переваги, якими наділені на конкретних ринках різні конкуренти є суттєвим фактором, що визначає конкурентну ситуацію на ринку товару. Перевага оцінюється відносним, порівнюваним станом, положенням фірми по відношенню до конкурента, який займає найкращу позицію на ринку товару або в сегменті ринку.

Для оцінки конкурентної ситуації на ринку в основному використовують такі показники як показник концентрації, індекс Ротшильда, індекс Херфіндала-Хіршмана, індекс Лернера, індекс Розенблюта [5, 6, 9].

Показник концентрації:

$$CR = \sum_{i=1}^n Y_i, \quad (1)$$

де Y_i – ринкова частка в галузевому обсязі продажу; n – кількість підприємств, для яких розраховується показник.

Велике значення показника для малої кількості фірм говорить про те, що ринок знаходиться далеко від досконало конкурентного. Індекс концентрації не дає представлення про те, який розмір мають підприємства, що діють на досліджуваному ринку, і не є достатнім для ідентифікації ринку.

Індекс Ротшильда:

$$R = \frac{E_{Dp}}{E_{Dn}}, \quad (2)$$

де E_{Dp} – коефіцієнт еластичності цінового попиту для всього ринку товару, що розглядається; E_{Dn} – коефіцієнт еластичності цінового попиту для товару, що випускається окремим підприємством.

Якщо індекс дорівнює одиниці, то ринок є монопольним, якщо близький до нуля, то на ринку панує велика кількість підприємств, які пропонують однакову продукцію.

Індекс Херфіндала-Хіршмана:

$$I_{HH} = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad (3)$$

де Y_i – питома вага обсягів продажу i -го підприємства в загальному обсязі продажу ринку.

Індекс може приймати значення від 0, що відповідає ринку досконалої конкуренції, до 1, коли на ринку діє тільки одне підприємство. Даний індекс використовується як основний при здійсненні антимонопольної політики США.

Індекс Лернера характеризує цінову поведінку підприємства на ринку,

$$I_l = \frac{P - MC}{P}, \quad (4)$$

де P – ціна товару; MC – граничні витрати.

Індекс дорівнює нулю для підприємства, що діє на ринку досконалої конкуренції, і одиниці для монополіста. Індекс Лернера показує наскільки встановлена підприємством ціна на свою продукцію перевищує витрати на її виробництво, чим вищим є цей показник, тим більший розмір націнки.

Індекс Розенблюта дає оцінку розподілу ринкових часток конкурентів з урахуванням їх рангу,

$$I_r = \frac{1}{2 \sum i \cdot D_i - 1}, \quad (5)$$

де i – ранг підприємства в залежності від його частки на ринку; D_i – частка i -го підприємства в загальному обсязі продажу на ринку.

Динаміка збуту товару в значній мірі залежить від динаміки конкурентного ринку. Показник динаміки ринку (T_m) розраховується за обсягами ринку на кінець (V'_m) і початок (V_m) періоду, що аналізується, та тривалістю періоду t :

$$T_m = \frac{V'_m - V_m}{V_m} \cdot \frac{12}{t} + 1. \quad (6)$$

Показник лежить в межах від 70% до 140% на рік. Максимальне значення свідчить, що ринок знаходиться у стані активного росту та інтенсивність конкуренції відносно мала. В такому випадку фірма, що діє на цьому ринку, має великі можливості по прискоренню динаміки збуту своєї продукції та збільшенню прибутку. Коли показник наблизений до 100% – ринок є зрілим, стабільним, інтенсивність конкуренції велика. Фірмі необхідно прикласти зусилля не тільки для збільшення, а й для збереження досягнутого рівня збуту та прибутку під натиском конкурентів. Мінімальне значення показника динаміки характеризує ринок в стані стагнації та згортання, інтенсивність конкуренції максимальна. Фірми неспроможні утримувати попередні обсяги збуту продукції та прибутки, які стрімко падають.

Важливими показниками при аналізі динаміки збуту товару в умовах конкуренції є показник динамічності ринкової долі фірми (ΔS) та темп приросту ринкової долі фірми (T_S). Показник динамічності ринкової долі фірми характеризує зміни ринкової долі фірми на кінець і початок періоду, що аналізується. Темп приросту ринкової долі фірми визначається як зміна ринкової долі на кінець і початок періоду, що аналізується. Від'ємне значення свідчить про зменшення ринкової долі. Це означає, що фірма втрачає свої позиції на ринку і не використовує (або не має по відношенню до конкурентів) конкурентні переваги. Результатом цього є зменшення обсягів збуту товарів і прибутків. Додатне значення говорить про збільшення ринкової долі фірми.

Єдиного коефіцієнта або показника конкуренції не існує, тому при дослідженні конкурентного становища на ринку необхідно використовувати сукупність вищезазначених показників. На основі значень розглянутих індексів підприємство виробляє оптимальну стратегію поведінки. Для розв'язання цієї задачі пропонуємо використовувати зведений індекс конкуренції $I_{3\theta}$ одержаний з n - вимірною простору індексів конкуренції. На рис.1 зображений 3-х вимірний простір індексів конкуренції. Зведений індекс конкуренції розраховується за формулою:

$$|I_{3\bar{e}}| = \sqrt{\frac{x^2 + y^2 + z^2}{3}}. \quad (7)$$

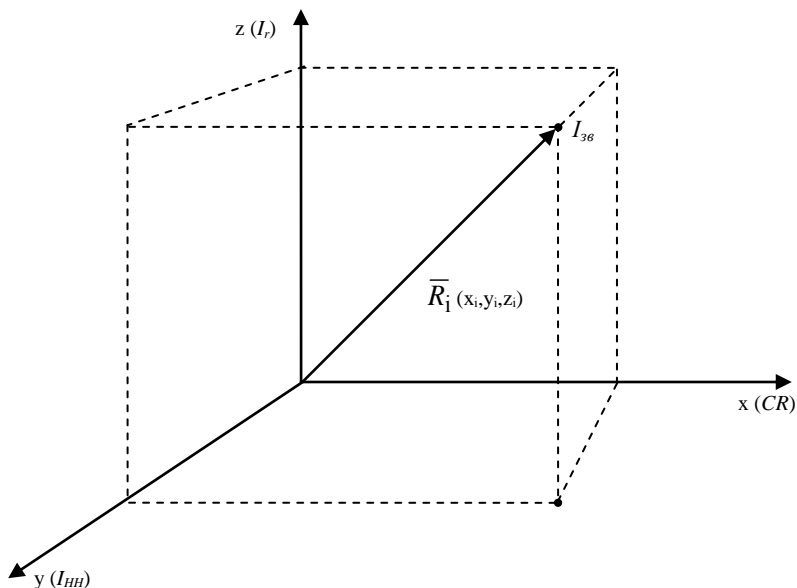


Рисунок 1. 3-х вимірний простір індексів конкуренції

Для розв’язання задачі на прикладі дослідження конкурентної ситуації на ринку хлібопродуктів м. Чернігова прийmemo: x – показник концентрації CR ; y – індекс Херфіндаля-Хіршмана I_{HH} ; z – індекс Розенблюта I_r .

В таблиці 1 представлені обсяги продажу та частки реалізації підприємств виробників хлібопродуктів м. Чернігова у 2008-2009 роках.

Таблиця 1. - Обсяги реалізації та частки ринку основних конкурентів виробників хлібопродуктів м. Чернігова у 2008-2009 рр.

№ п/п	Назва компанії	Обсяг продажу, млн. грн.		Доля ринку		Ранг підприємства
		2008	2009	2008	2009	
1	ВАТ «Чернігівський хлібокомбінат»	67,83	62,13	0,797	0,691	1

Проблеми системного підходу в економіці, 2010, №35

2	ТОВ «Наша булочка»	8,36	11,95	0,098	0,134	2
3	ТОВ «Палляниця»	3,12	5,974	0,037	0,067	3
4	Інші	5,85	9,146	0,069	0,108	4
5	Разом	85,16	89,2	1	1	

Розрахуємо показники інтенсивності конкуренції за формулами (1), (3), (5):

$$CR_3^{2008} = \frac{67,83 + 8,36 + 3,12}{85,16} = 0,93 \text{ або } 93\%,$$

$$CR_3^{2009} = \frac{62,13 + 11,95 + 5,974}{89,2} = 0,897 \text{ або } 89,7\%,$$

при $CR > 0,7$ ринок є висококонцентрованим зі слабкою конкуренцією.

$$I_{HH}^{2008} = 0,797^2 + 0,098^2 + 0,037^2 + 0,069^2 = 0,65 \text{ або } 65\%,$$

$$I_{HH}^{2009} = 0,691^2 + 0,134^2 + 0,067^2 + 0,108^2 = 0,51 \text{ або } 51\%,$$

при $I_{HH} > 0,18$ ринок є висококонцентрованим зі слабкою конкуренцією.

$$I_r^{2008} = \frac{1}{2 * (1 * 0,797 + 2 * 0,098 + 3 * 0,037 + 4 * 0,069) - 1} = 0,57 \text{ або } 57\%,$$

$$I_r^{2009} = \frac{1}{2 * (1 * 0,691 + 2 * 0,134 + 3 * 0,067 + 4 * 0,108) - 1} = 0,46 \text{ або } 46\%,$$

при $\frac{1}{n} \leq I_r \leq 1$ ринок є висококонцентрованим зі слабкою конкуренцією.

Отже, ринок хлібопродуктів м. Чернігова є висококонцентрованим майже монопольним, і представляє собою олігополію з ярко вираженим лідером. Проте, у 2009 році в порівнянні з 2008 роком, рівень конкуренції збільшився та намітилась тенденція просування до олігополістичного ринку. Про це свідчать розрахунки зведеного індексу конкуренції за формулою (7):

$$|I_{3e}|^{2008} = \sqrt{\frac{0,93^2 + 0,65^2 + 0,57^2}{3}} = 0,73 \text{ або } 73\%,$$

$$|I_{3e}|^{2009} = \sqrt{\frac{0,897^2 + 0,51^2 + 0,46^2}{3}} = 0,65 \text{ або } 65\%.$$

Аналіз зведеного індексу конкуренції показав:

– при $0 \leq I_{3e} < 0,18$ ринок наближений до ринку досконалої конкуренції;

– при $0,18 \leq I_{3e} < 0,45$ ринок помірно концентрований

(монопольної конкуренції);

– при $0,45 \leq I_{36}$ ринок висококонцентрований зі слабкою конкуренцією;

– при $I_{36} = 1$ конкуренція відсутня (монопольний ринок).

Здатність фірми реалізовувати свої конкурентні переваги залежить не тільки від прямих діючих конкурентів з якими вона стикається на ринку.

Так М. Портером була запропонована розширена концепція суперництва [10]. Згідно з цією концепцією, окрім безпосередніх внутрішніх конкурентів, фірмі доводиться стикатися з такими зовнішніми конкурентними силами: потенційні конкуренти на цьому ринку, товари-замінники, клієнти та постачальники.

Потенційні конкуренти та товари-замінники представляють собою пряму загрозу, а клієнти та постачальники – непряму загрозу, що залежить від здатності диктувати свої умови. Окремо можна виділити вплив державної політики в галузі регулювання конкуренції.

Узагальнений перелік факторів конкурентного середовища, що ґрунтується на різних класифікаційних ознаках, можна представити наступним чином [3, 11]:

1. За місцем виникнення: локальні, галузеві, макроекономічні, світової економіки, глобальної економіки.

2. За сферою походження: наукові, технічно-технологічні, управлінські, економічні, географічні, соціально-демографічні, екологічні, політичні.

3. За характером: загальні, спеціальні, індивідуальні.

4. За рівнем взаємозв'язку: незалежні (первинні), похідні (вторинні).

5. За тривалістю дії: постійні, тимчасові.

6. За ступенем корисності: стимулюючі, де стимулюючі.

7. За роллю у забезпеченні підприємства конкурентною перевагою: основні, другорядні.

Висновки. З проведених досліджень зробимо такі узагальнюючі висновки:

1. В умовах ринкової економіки будь-яке підприємство функціонує в певному конкурентному середовищі та стикається з нестабільністю, яка притаманна, у певній мірі, усім видам ринків.

2. Знання про вплив конкурентного середовища на динаміку збуту товарів дозволяє отримати прибуток навіть на нестабільних ринках недосконалої конкуренції. Особливості динаміки збуту залежать від конкурентної ситуації на ринку, яку можна дослідити за допомогою певних показників і, виходячи з цього, розробити оптимальну стратегію поведінки.

3. Запропонований зведений індекс конкуренції дозволяє врахувати значення декількох показників конкуренції та, на основі його аналізу, зробити остаточний висновок щодо конкурентного ситуації на

досліджуваному ринку.

ЛІТЕРАТУРА

1. Азоев Г.Л., Челенков А.П. Конкурентные преимущества фирмы [Текст]. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – 256 с.
2. Базилевич В.Д. Формування конкурентного середовища у транзитивній економіці: проблеми, тенденції, протиріччя [Текст] // Конкуренція. Вісник АМК. – 2003. – №2. – С. 24-28.
3. Григорова З.В. Мудрієвська Ю.О. Конкурентне середовище: складові та вплив на діяльність підприємства [Текст] // Менеджмент. – 2010. – №2(28). – С. 126-130.
4. Дикий О.В. Вплив глобалізації бізнесу на формування конкурентного середовища підприємства [Текст] // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – №78. – С. 23-28.
5. Жердецька Л.В. Вплив ринкової концентрації на процеси ціноутворення в банківському секторі України [Текст] // Економічний простір. – 2008. – №20(1). – С. 122-130.
6. Задорожная Н.В. Предприятие на монопольном рынке [Текст] // Экономика предприятия. – 2001. – №1. – С. 70-96.
7. Клименко С.М. Управление конкурентоспособностью предприятия [Текст]: навч. посіб. / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабань, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
8. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива [Текст]. Пер. с французского. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
9. Мікроекономіка [Текст]: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2008. – 679 с.
10. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / М.Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
11. Хвостенко О.А. Використання системного підходу у визначенні складових та факторів конкурентного середовища [Текст] // Проблеми системного підходу в економіці. Електронне наукове фахове видання. – 2009. – № 1.
12. Шевченко Л.С. Конкурентное управление [Текст]: [уч. пособие] / Шевченко Л.С. – Харьков: Эспада, 2004. – 520 с.
13. Юданов А.Ю. Конкуренция. Теория и практика [Текст]. – Издательство: ГНОМ и Д, 2001. – 304 с.

УДК: 656.076.8

Ейсмонт С. В.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ОБ'ЄДНАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ЗАНГ ТА ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

Запропоновано алгоритм перевірки результатів наукового дослідження щодо формування механізму з оцінки економічної ефективності об'єднання підприємств ЗАНГ та лісового господарства.

Ключові слова: економічна ефективність, комбіноване виробництво, механізм оцінки, лісове господарство, ЗАНГ.

Предложено алгоритм проверки результатом научного исследования относительно формирования механизма оценки экономической эффективности объединения предприятий ПАНХ и лесного хозяйства.

Ключевые слова: экономическая эффективность, комбинированное производство, механизм оценки, лесное хозяйство, ПАНХ

A test of scientific research a result algorithm is offered in relation to forming of mechanism of estimation of economic efficiency of association of enterprises of aviation and forestry.

Keywords: economic efficiency, combined production, mechanism of estimation, forestry, aviation.

Постановка проблеми. Одним з суттєвих факторів що дозволяє підвищити ефективність виробництва при комбінуванні лісогосподарських і авіаційних підприємств, є можливість найбільш раціонального і економічно ефективного використання основних виробничих коштів, застосованих у виробництвах. Проблема сезонності виробництв, як в лісовому, так і в ЗАНГ, перешкоджає організації ритмічного використання машин і обладнання протягом всього календарного року. Одним з методів запобігання сезонним простоям, є організація міжгалузевого комбінування.

Результатом організації комбінованого виробництва на базі лісогосподарських і авіаційних підприємств, буде підвищення показників фондівдачі, за рахунок інтенсифікації використання основних виробничих засобів. Разом з підвищенням рівня фондівдачі по деяких групах основних засобів, можна добитися вивільнення машин і обладнання.

Аналіз останніх досліджень та невирішена раніше частина.

Теоретичними та практичними аспектами підвищення ефективності застосування авіації в лісовому господарстві займалося багато вчених, в тому числі А.Г. Дібір, Н.Довбня, В.М. Загорулько, В.Г. Коба, В.П. Копичко, В. Колісниченко, Г.Б. Козловський, М.П. Матійчик, С.В. Пак, О.І.Плешаков, О.Д. Сапарбаєв, В.А. Санін, М.І.Славков, Х.Г. Саримсаков, Ф. Мухамедов, С. Попов, В. Ачарков, С. Халілов, І. Хоменко, О. Худоленко, Р. Амдем, Г.М. Юн, Г.Б. Матвієнко та інші. Але в проведених науковцями раніше дослідженнях не розглядалося питання економічної ефективності комбінованого підприємства на базі суб'єктів лісового господарства і ЗАНГ.

Для встановлення диференційованого господарського режиму, для кожного господарюючого суб'єкта, необхідно вирішити складні і суперечливі фактори, мати чіткі межі авіаційного і лісогосподарського виробництв в багатопільовому господарстві. В результаті, такої чіткої спеціалізації господарювання, можуть бути організовані підприємства з високим рівнем

інтенсивності землекористування і задоволення потреб ЗАНГ у інших лісових господарствах.

Метою є формування механізму з оцінки економічної ефективності об'єднання підприємств ЗАНГ та лісового господарства.

Виклад основного матеріалу. Необхідно усвідомлювати, що основним фактором виробництва в лісовому господарстві, є земля, і для переведення ділянок земель до тієї або іншої категорії, необхідні вагомі конкретні обґрунтування і розрахунки. Під поліпшеннями стосовно лісогосподарського виробництва можна розуміти виконані лісомеліоративні роботи, внесення добрив, застосування протипожежних розривів, формування мінералізованих смуг. Дані поліпшення, як правило збільшують цінність лісоземельної ділянки. Стосовно фондів підприємств ЗАНГ слід враховувати необхідні земельні ділянки для розміщення авіаційного обладнання і устаткування, віддаленість даних ділянок від лісового господарства, а також можливість продажу послуг ЗАНГ іншим лісовим господарствам, що не входять до об'єднаної структури. Розглянуті фактори, що дозволяють підвищити ефективність від об'єднання лісового господарства і підприємств ЗАНГ, зачіпають три основні виробничі фактори: працю, природу і капітал. Підприємства, об'єднуючі в своїй діяльності лісогосподарське виробництво і ЗАНГ, внаслідок міжвиробничого комбінування можуть досягти зростання економічної ефективності господарської діяльності в трьох областях. В області використання трудових ресурсів, даним результатом буде зниження витрат на утримання адміністративно-управлінського персоналу, досягнення ефективнішого менеджменту, збільшення продуктивності праці основних робітників. Економічним результатом створення комбінованого виробництва в області використання природних ресурсів, є зростання чистого кінцевого продукту з одного гектару лісогосподарської землі. Оптимізація використання матеріальних ресурсів комбінованого виробництва, наслідок можливості інтенсифікації використання основних виробничих засобів і прискорення оборотності власних оборотних коштів підприємства. Ліквідація державної монополії на землю, розширення прав лісогосподарських підприємств з вибору форм господарювання, рівня спеціалізації і обсягів виробляємої продукції - об'єктивні фактори, сприяючі пошуку оптимальних міжвиробничих зв'язків між лісовим господарством і ЗАНГ. Для практичного обґрунтування об'єднання лісогосподарського підприємства і авіапідприємства ЗАНГ, нами запропоновано алгоритм перевірки результатів наукового дослідження (рис. 1).

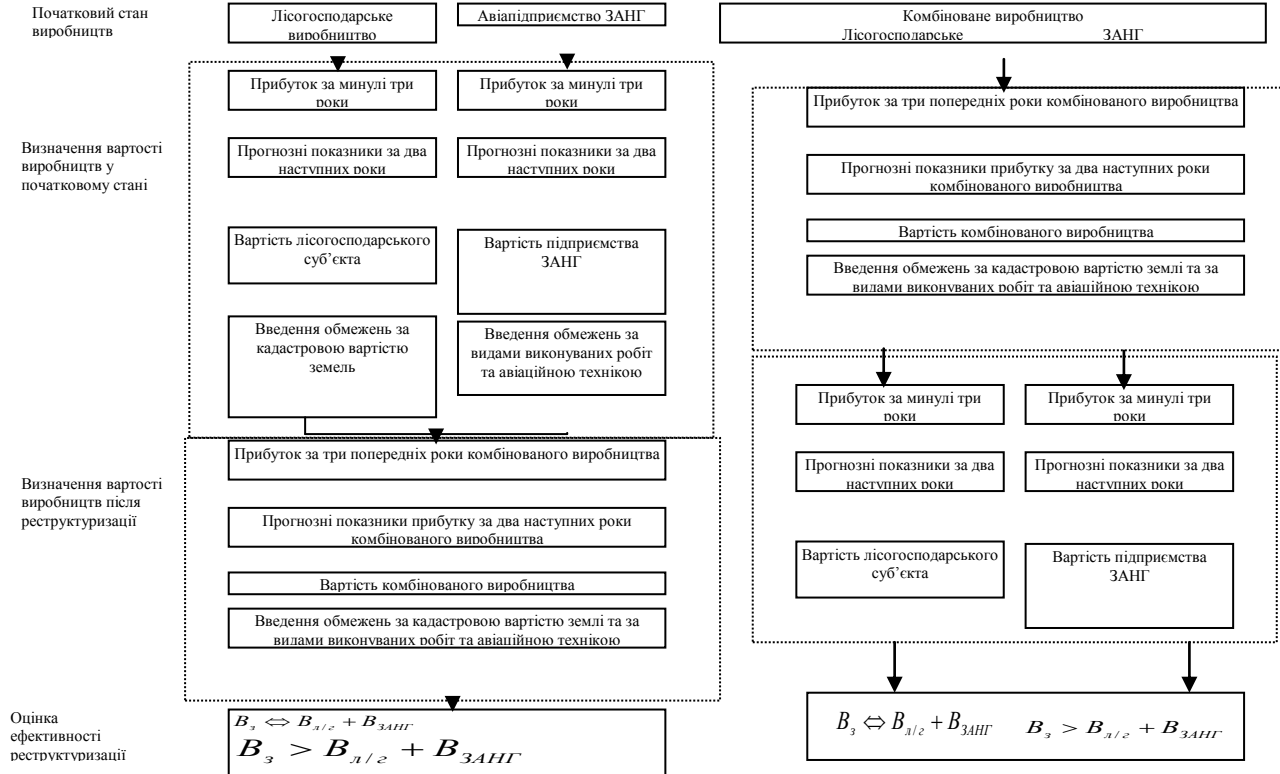


Рисунок. 1 Алгоритм перевірки результатів наукового дослідження

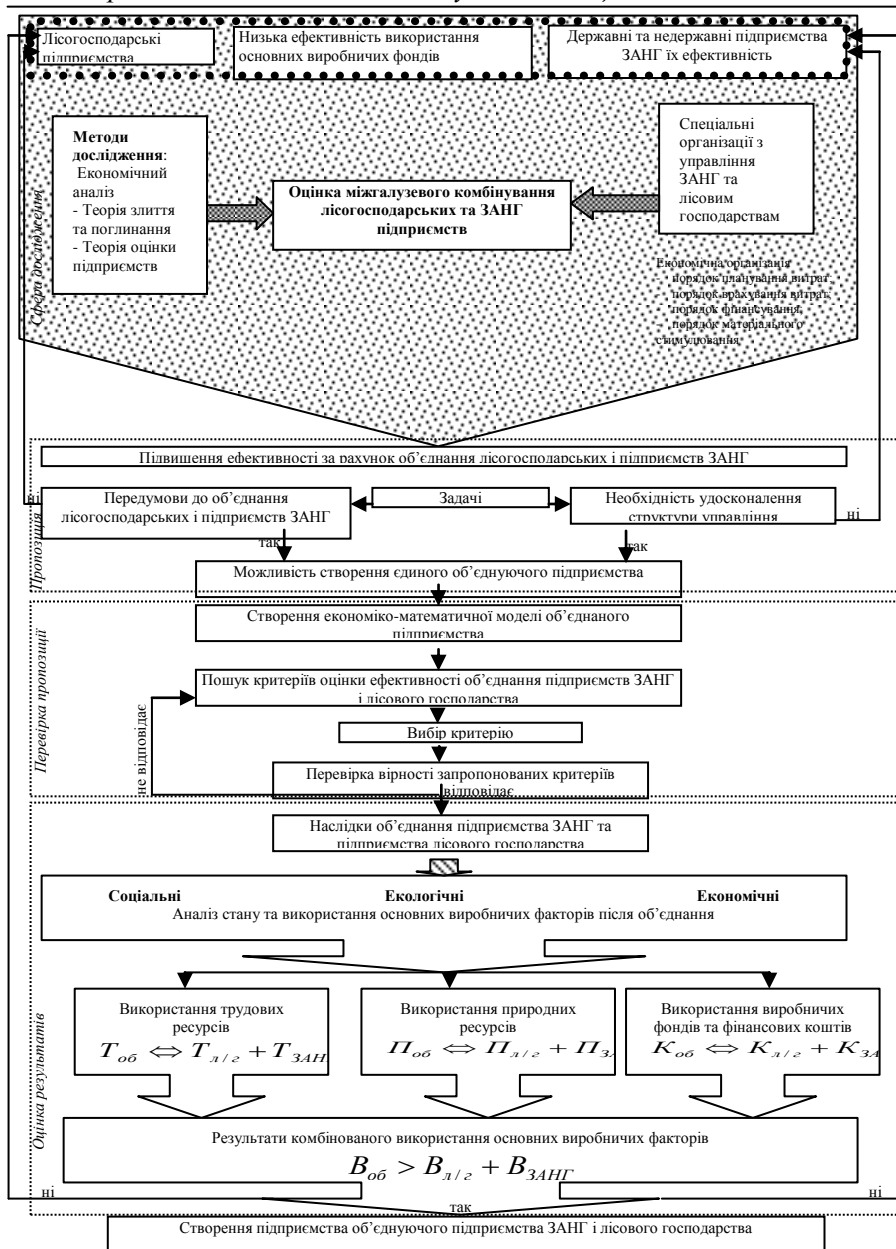


Рисунок. 2 Механізм визначення економічної ефективності об'єднання підприємств ЗАНГ та лісового господарства

У тому або іншому вигляді взаємодія лісового господарства і ЗАНГ властиві всім лісам України, проте найбільшу значущість лісів для ЗАНГ мають ліси, найбільш наближені до суб'єкта даних взаємин. Завдання даного дослідження полягає в обґрунтуванні економічної доцільності об'єднання лісового господарства і ЗАНГ. Для вирішення поставленого завдання нами був розроблений наступний механізм (рис. 2)

де $T_{об}$ - витрати на оплату праці в об'єднаному підприємстві, грн.;

$T_{л/з}$ - витрати на оплату праці в лісгосподарському виробництві, грн.;

$T_{ЗАНГ}$ - витрати на оплату праці на підприємстві ЗАНГ, грн.;

$P_{об}$ - витрати, пов'язані з використанням природних ресурсів в об'єднаному підприємстві, грн.;

$P_{л/з}$ - витрати, пов'язані з використанням природних ресурсів в лісгосподарському виробництві, грн.;

$P_{ЗАНГ}$ - витрати, пов'язані з використанням природних ресурсів при здійсненні ЗАНГ, грн.;

$K_{об}$ - витрати на використання виробничих фондів і фінансових коштів в об'єднаному підприємстві, грн.;

$K_{л/з}$ - витрати на використання виробничих фондів і фінансових коштів в лісгосподарському виробництві, грн.;

$K_{ЗАНГ}$ - витрати на використання виробничих фондів і фінансових коштів при здійсненні ЗАНГ, грн.;

$B_{об}$ - вартість об'єданого підприємства, грн.;

$B_{л/з}$ - вартість лісгосподарського виробництва, грн.;

$B_{ЗАНГ}$ - вартість ЗАНГ виробництва, грн.;

Так, в процесі наукового дослідження необхідно було вирішити наступні завдання: на основі виявлених передумов до спільного господарювання підприємствами лісового і сільського господарств, запропонувати критерії економічної ефективності створення комбінованого підприємства, об'єднуючого в і собі лісгосподарське та ЗАНГ виробництво.

Проведене дослідження спрямоване на виявлення можливостей комбінування цих двох видів підприємств з метою підвищення економічної ефективності використання лісів та надання авіапослуг лісовому господарству.

Висновки. Даний механізм поділяється на чотири блоки: сфера дослідження, пропозиція, перевірка пропозиції, оцінка результатів об'єднання. Перший блок в рамках горизонтальних кордонів повинен носити теоретично-розрахунковий характер. У ньому проводиться економічний аналіз існуючої системи управління лісами та підприємствами ЗАНГ, виявляються недоліки існуючої системи управління і економічної організації взаємодії лісового господарства та ЗАНГ та їх міжгалузевим взаєминам, аналізуються методики з оцінки підприємств.

У наступному висувається пропозиція про підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок об'єднання у ньому підприємства ЗАНГ та

лісового господарства. Виходячи з виявлених передумов до організації комбінованих підприємств і існуючих недоліків міжгалузевої взаємодії, передбачається, що організація підприємств, що комбінують в своїй діяльності лісове господарство і ЗАНГ, підвищить економічну ефективність даних виробництв. У третьому блоці, в межах горизонтальних кордонів, проводиться перевірка правильності висунутої пропозиції. Дане завдання вирішується на основі застосування економіко-математичного аналізу. Вибирається критерій оцінки економічної ефективності створення комбінованого підприємства. Перевірка правильності висунутої пропозиції відбувається в останньому - четвертому блоці. У даній частині визначаються соціально-економічні, еколого-економічні і економічні наслідки створення комбінованого підприємства. Аналізується використання трудових, природних ресурсів, основних виробничих засобів до і після об'єднання виробництв в одному підприємстві. Виявляється можливість створення комбінованого підприємства. Результатом наукового дослідження стало обґрунтування економічної ефективності комбінування підприємств ЗАНГ та лісового господарства на одному підприємстві. Критерієм економічної ефективності є вартість об'єданого підприємства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Романова, Л. Е. Анализ хозяйственной деятельности: Краткий курс лекций [Текст] / Л. Е. Романова, - Юрайт-Издат, 2003, - 220 с.
2. Ицкович, А. Система хозяйственной кооперации [Текст] / А. Ицкович // Экономист. - 2003. - № 8. - 89-91.
3. Кириленко, А. Интеграционные процессы в сельском хозяйстве (на примере Иркутской области) [Текст] / А. Кириленко // Экономист. - 2003. - JN» 3. - С. 86-88.
4. Липчиу, Н. В. Производство одно - цены разные [Текст] / И. В. Липчиу // Сельские зори - 2002. - № 1. - 10-13.

УДК 656.7:061.25

Кравчук Н.М.

НАПРЯМКИ ІНТЕГРАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАКОМПАНІЙ

В статті розглянуто підхід до процесу інтеграції авіакомпаній, та подальше проходження інтеграції у глобальних стратегічних альянсах.

Ключові слова: інтеграція, повітряні лінії, глобальні альянси.

В статье рассмотрен подход процесса интеграции авиакомпаний, и дальнейшее прохождение интеграции в глобальных стратегических альянсах.

Ключевые слова: интеграция, воздушные линии, глобальные альянсы.

In the article the approach of integration of airlines and the subsequent passage of integration in global strategic alliances.

Keywords: integration, air lines, global alliances.

Постановка проблеми. Сьогодні, промисловість опинилася в кризі не схожій на ті, у яких була раніше. Більшість авіакомпаній розуміють дуже ясний виклик: - «пристосуйтеся або зникніть».

Зростання low cost перевізників в США, Європі, і де завгодно ще, й великий попит пасажирів на дешеві авіаперевезення змінив правила роботи менеджменту авіакомпанії, робочої сили авіакомпанії, інвесторів авіакомпанії і пасажирів.

Немає єдиної стратегії, яка працюватиме для кожної авіакомпанії. Хоча це може бути і привабливо великі мережеві авіакомпанії не можуть перетворити себе в Southwest або Ryanair, і не повинні. Але всі з них повинні перетворити себе в життєздатні, вигідні компанії. В деяких випадках, подібно до проекту British Airways, за розміром британських повітряних трас і формі, вони були здатні провести величезні зміни узгоджено.

Бізнес авіакомпаній негайно потребує зміни. Це - особливо актуально для регулярних перевізників, що працюють з традиційною повною сервісною моделлю, тоді як багато low cost перевізників були здатні отримати прибуток незважаючи на виниклі останнім часом обставини. «Інструмент Вживання Авіакомпаній» дозволяє поглянути на природу багатоаспектного образу авіакомпаній і стратегій які авіакомпанії можуть вибрати для того, щоб справитися з кризою, що продовжується, а також структурними складнощами.

Вирішення необхідності змін не настільки ж очевидно як просте копіювання low cost моделі на «старомодну» модель авіакомпанії. Управління витратами, не менш важливе для перевізників - в ядрі кожної операції авіакомпанії. Але із-за їх традицій, традиційні перевізники стикаються з різними умовами, зовнішніми обмеженнями і внутрішніми. Споживачеві необхідний перевізник, що забезпечує всебічну мережу і пряме обслуговування у всьому світі, що готує ґрунт для подальшого зростання глобалізації. В даний час жодна авіакомпанія не може задовольнити цей набір повністю. Відповідь міститься в безперервному русі до інтеграції мережі і послуг в межах глобального альянсу. Цей альянс буде одним ключовим фактором успіху перевізників повного обслуговування, хто займе основну частку ринку і буде конкурувати з низько-сервісними моделями.

Сьогодні необхідно використовувати нові методи і засоби організації повітряного руху в міжнародному і внутрішньому сполученні. На основі вивчення світового і вітчизняного досвіду стану цивільної авіації - створення альянсів і укладання альянсових угод між авіакомпаніями, можна відзначити критичну ситуацію на ринку транспортних послуг, що склалася у зв'язку з високою конкуренцією і глибокою кризою цивільної авіації в провідних країнах світу.

Аналіз останніх досліджень. Наукові положення, на які опирався автор при дослідженні проблем управління об'єднаннями підприємств, відображені

в роботах таких учених, як: До. Арджіріс, Э. Брукінг, К.Віґа, Т. Гаврілова, З. Галахер, Т. Давенпорт, П. Ф. Друкер, Т. Коупленд, Т. Коллер, Дж. Би. Куїнн, І. Нонака, Ф. Модільяні, Дж. Муррін, М. Марінічева, М. Міллер, М. Полані, До. Прахалада, Л. Прусак, Р. Річ, Дж. Стіґліц, Х. Такеучи, Э. Тоффлер, Ш.-Э. Хазлет, Р. Хаміла, Гарета В., Гарнера Д., Деніелса Дж. Д., Дюсажа П., Оуена Р., Портера М., Радеби Лі Х., Спекмана Р., Стрікланда А.Дж., Томпсона А.А та ін. Створенню нових організаційних утворень присвячені дослідження таких вчених: Бобіна М.А., Гарболінська М.В., Дагаєв А.А., Дементьєв В.В., Кендюхов О.В., Ленський Є.В., Маркова В.Д., Михайлов О.В., Пивоваров С.Е., Прокопенко М.Д., Скудар Г.М. та ін. Проблемаам стратегічного розвитку авіапідприємств присвячені дослідження таких вчених: Загорулько В.М., Коби В.Г., Кулаєва Ю.Ф., Ложачевської О.М., Садловської І.П., Сича Є.М., Щелкунова В.І., Юна Г.М. та ін.

Невирішена раніше частина та мета. Працюючи у вибраному сегменті, авіакомпанія повинна відповідати певним вимогам з його боку. Такі вимоги можуть виражатися у використанні певних типів повітряних судів (ПС) на конкретних повітряних лініях (ПЛ), певному рівні обслуговування на землі і на борту, наявності необхідних фінансових ресурсів. Якщо потенціалу компанії недостатньо для задоволення вимог сегменту, вона ризикує програти в конкурентній боротьбі. У такій ситуації, акцент при розробці і реалізації стратегії зміщується на створення додаткового потенціалу для роботи на ринку.

Одним з варіантів посилення стратегічного потенціалу є інтеграція компаній. Великою перешкодою на шляху до інтеграції авіакомпаній України можна назвати відсутність наукових розробок на цю тему, що дають менеджменту базу для ухвалення рішення про доцільність співробітництва. Виходячи з цих міркувань, встає завдання визначення можливих підходів до інтеграції.

Виклад основного матеріалу. Одним з таких підходів може бути підхід, заснований на визначенні стратегічних груп і віднесенні авіакомпаній до тієї або іншої групи. Віднесення компанії до певної групи є одним із спірних моментів. Одні підходи до ділення авіакомпаній на групи передбачають, що вони повинні відповідати певним критеріям, що зачіпають як виробничу, так і фінансово-економічну сторону їх діяльності. Інші розглядають лише фінансову сферу діяльності компаній. Проте, при виділенні і віднесенні авіаперевізників до тієї або іншої групи, було б доцільно виходити з тих принципів, які закладені в основних документах, що характеризують політику України в області цивільної авіації.

При розгляді можливості інтеграції авіакомпанії з одним зі своїх конкурентів основна проблема для неї може полягати не стільки в оцінці шансів на успіх (або невдачу) спільного проекту, скільки в складанні прогнозів відносно того, якою мірою участь в альянсі дозволить компанії

добитися своїх власних цілей, або в більшості випадків, як по відношенню до своїх партнерів, так і по відношенню до конкурентів компанії, які не входять до альянсу.

Пропонований підхід, заснований на поділі авіакомпаній на групи за ринковою ознакою, дозволяє підійти до вирішення цієї проблеми, оскільки сприяє глибшому розумінню конкурентної ситуації в галузі, а саме: дає можливість оцінити вплив кон'юнктурно-утворюючих чинників на діяльність авіакомпаній, що знаходяться в різних стратегічних групах.

Оцінка впливу різних чинників дозволяє спрогнозувати можливі зміни в стратегічних групах. Вони можуть виражатися в зменшенні або збільшенні кількості компаній в групі, переході деяких компаній в інші групи, зміні компаній-лідерів. Це пов'язано з тим, що кон'юнктурно-утворюючі чинники можуть двояко впливати, наприклад, позитивно на діяльність компаній в одній групі і негативно на діяльність компаній в іншій групі.

Авіакомпанії, що входять в групи, на які кон'юнктурно-утворюючі чинники виявляють негативну дію, можуть постаратися вийти на ринки з сприятливою кон'юнктурою. Наскільки важко здійснити таке переміщення, залежить від того, високими або низькими є бар'єри для входу в цільові стратегічні групи, а також від того, чи володіє авіакомпанія необхідним потенціалом. Збільшивши свій потенціал внаслідок інтеграції, компанії дістають можливість змінити свої позиції на ринку і перейти в сегмент, що пред'являє вищі вимоги до стратегічного потенціалу, але з сприятливою кон'юнктурою, що дозволяє одержувати допустимий рівень доходів. Внаслідок такого переміщення, авіакомпанії з стратегічних груп, в сегменті яких кон'юнктурно-утворюючі фактори створюють сприятливу кон'юнктуру, починають відчувати підвищення конкурентного тиску. Потрібно відзначити, що ефективність захисту своїх позицій цими авіакомпаніями, також залежить від рівня стратегічного потенціалу.

Для них інтеграція є можливістю створити додаткові бар'єри для входу в сегмент і утримати свої позиції в ньому.

Розглядаючи варіанти співробітництва авіакомпаній у рамках сегменту з несприятливою кон'юнктурою необхідно відзначити, що метою об'єднання діяльності може бути не лише прагнення вийти на нові ринки. Альтернативою може бути співробітництво з метою нівеляції дії негативних чинників. Вона дозволяє компаніям, знизити свої витрати на деякі програми (матеріально-технічне постачання, перепідготовка і навчання, маркетингові дослідження) шляхом їх спільної реалізації; забезпечити стійкі позиції на ринку, відходячи від прямої конкуренції між собою. Дослідження показують, що в деяких випадках зміцнення позиції на ринку за рахунок інтеграції дозволяє одержувати допустимий рівень доходів навіть у разі несприятливої кон'юнктури.

Таким чином, за допомогою даного підходу зміна конкурентних позицій авіакомпаній внаслідок інтеграції може входити у межі наступних стратегічних альтернатив:

1. Перехід в сегмент ринку із сприятливою кон'юктурою, але що пред'являє жорсткіші вимоги до рівня стратегічного потенціалу;
2. Завоювання тих, що лідирують або утримання існуючих позицій в сегменті.

Якщо визначити основну мету співробітництва авіакомпаній як посилення стратегічного потенціалу шляхом освоєння активів партнера, то використання даного підходу дозволяє отримати уявлення про те, які дії і програми повинні реалізувати авіакомпанії. Аналіз прикладів спільної діяльності міжнародних авіаперевізників, а також авіакомпаній України дозволяє виявити ряд ключових напрямів, по яких розвивається їх співробітництво і реалізуються такі програми.

Першим напрямом є комерційне співробітництво перевізників, що працюють в одному або різних сегментах. Воно виражається в укладанні комерційних угод з авіакомпаніями-партнерами (інтерлайн, прорейтова (спецпрорейтова) угода, code-share). В даному випадку, авіакомпанії-партнери вирішують питання, пов'язані з додатковим завантаженням своїх рейсів за рахунок пасажирів, що підвозяться партнерами, розширенням мережі продажів, збільшенням географії польотів. Розглядаючи зарубіжну практику можна сказати, що основна робота з інтеграції авіаперевізників відбувається саме в цьому напрямі. Це в першу чергу координація розкладу, спільне використання каналів продажу і мережі ПЛ, а також використання єдиної маркетингової концепції.

Програми співробітництва, що розробляються авіакомпаніями, дозволяють їм також знизити витрати при спільному матеріально-технічному забезпеченні і використанні технічних ресурсів однієї авіакомпанії на користь обох партнерів. Це може бути програма спільного використання авіаційно-технічної бази, лінійної станції технічного обслуговування, учбових центрів.

Важливий висновок, який можна зробити, використовуючи даний підхід до інтеграції авіакомпаній, полягає в тому, що для кожної з трьох груп авіакомпаній, пріоритетність програм співробітництва буде різною. Це пов'язано з тим, що в ситуації, що склалася, на ринку авіатранспортних послуг України інтеграція діяльності перевізників один з одним, або з регіональними і місцевими компаніями покликана скоріше необхідністю підвищення конкурентоспроможності цих компаній за рахунок розширення географії польотів, підвищення якості обслуговування, та інших заходів. Спільна діяльність авіакомпаній з цієї групи розвивається скоріше у напрямі комерційного співробітництва і спрямована на досягнення обмежених цілей.

Практика показує, що авіакомпанії місцевих ПЛ інтегрують свою діяльність набагато ширше, не обмежуючись лише співробітництвом в комерційній сфері. Для них основні проблеми пов'язані не стільки з підвищенням конкурентоспроможності, скільки з елементарним продовженням господарської діяльності в умовах низького платоспроможного попиту населення. Тим самим, для цих компаній важливими будуть програми, що дозволяють забезпечити безперервність виробничого процесу і безпеку перевезення. Це може бути спільна експлуатація АТБ, учбових центрів, повітряних судів, спільна закупівля ПММ і запасних частин, а також будь-які інші програми, що дозволяють підвищити ефективність використання наявних ресурсів. В деяких випадках необхідність підвищення ефективності діяльності приводить до цілковитого злиття авіаперевізників.

Що ж до перспектив розвитку українських перевізників, визначених IATA в червні 2010 року:

- Підвищення рівня безпеки польотів: Україна досягла суттєвого прогресу у сфері забезпечення безпеки, однак існує низка проблем, що вимагають уваги. Протягом останніх 5 років Україна мала Категорію 2 за шкалою Міжнародної Програми Оцінки Безпеки Американського Федерального Управління Авіації. Показники безпеки покращилися, та ще багато що належить зробити. Необхідно прискорити роботу з приведення стандартів безпеки у відповідність із стандартами Міжнародної Організації Цивільної Авіації (ICAO). Зокрема, підвищення рівня безпеки сприяло проходженню авіакомпаніями аудиту експлуатаційної безпеки IATA (IOSA). Авіакомпанії "Міжнародні Авіалінії України" і "Аеросвіт" сертифіковані за стандартами IOSA. Надалі є бажання розширювати сферу застосування програм аудиту IATA в Україні, аби в майбутньому здобуття сертифікату IOSA стало для національних компаній обов'язковою вимогою;

- Програми "Спрощення ведення бізнесу": Програми IATA зі спрощення ведення бізнесу спрямовані на покращання рівня обслуговування і зниження витрат. Авіакомпанія "Міжнародні Авіалінії України" лідирує у впровадженні нових технологій обслуговування пасажирів. "Аеросвіт" також активно працює в цьому напрямі;

- Проблема невиправдано високих зборів: Збори аеропортів і тарифи на аеронавігаційне обслуговування в Україні залишаються необґрунтовано високими. Авіаційна інфраструктура в Україні є однією з найдорожчих в Європі, залишаючись при цьому однією з найменш ефективних. Це підриває конкурентоспроможність України. Потрібні негайні реформи. Настав час почати новий етап консультацій і відкритого діалогу відповідно до принципів ICAO. Галузь авіаперевезень, включаючи управління повітряним рухом, неприпустимо розглядати як "дійну корову".

Процеси інтеграції на світовому ринку авіапослуг.

Формування глобальних альянсів стало дзеркальним віддзеркаленням економічних інтеграційних процесів, що виявляються в Європі, Північній Америці і Азіатсько-тихоокеанському регіоні. Однак, на відміну від більшості галузей економіки, де глобалізація економіки привела до формування транснаціональних корпорацій, у галузі повітряних перевезень реальне злиття і поглинання довгий час були неможливі, оскільки поняття національного авіаперевізника вважається невід'ємною частиною державного суверенітету. Саме політичні обмеження привели до формування глобальних альянсів авіаперевізників в їх нинішньому вигляді.

Загальним кроком для всіх альянсів стало створення компанії, що управляє, заради оперативної координації діяльності членів і просування об'єднаного продукту на ринки транспортних послуг. Діяльність "зоряних" учасників альянсу координує управляюча компанія Star Alliance Services GmbH, з головним офісом у Франкфурті-на-Майне. Членами альянсу Oneworld утворена управляюча компанія Oneworld Management Company, з штаб-квартирою у Ванкувері, Канада. Наймолодший з альянсів, SkyTeam, до останнього часу залишався найменш "врегульованим", проте очолюючи тенденції не минули і його. Штаб-квартира нової управляючої компанії, формування якої завершилося на початку 2010р., розташована в Амстердамі. Створення управляючих компаній, говорить про те, що по низці запитань альянси починають діяти як єдині перевізники.

Крім того, подальша лібералізація і ослаблення національних суверенітетів (наприклад, в Європі) привели до того, що і в галузі авіаперевезень почалися процеси злиття і поглинань, але відбуваються вони, природно, всередині альянсів, що вже сформувалися, з їх налагодженою комерційною взаємодією.

Наприклад, в травні 2004 р. провідні авіакомпанії SkyTeam утворили найбільший в Європі авіахолдинг Air France-KLM, що обслуговує 247 пунктів призначення в 104 країнах і перевозить 65 млн. пас. у рік. У січні 2009 р. холдинг оголосив про купівлю за 320 млн євро 25% акцій іншого члена альянсу - Alitalia. А в США акціонери двох інших учасників цього ж альянсу — Delta Air Lines і Northwest Airlines (NWA) — схвалили в 2008 р. про злиття авіакомпаній. В результаті об'єднаний перевізник під торгівельною маркою Delta разом з регіональними партнерами зможе: запропонувати пасажиром польоти 390 напрямками у 67 країн, і стати найбільшою авіакомпанією в світі з флотом близько 800 ПС і кількістю співробітників 75 тис. чіл.

У Star Alliance каталізатором інтеграційних процесів виступає німецька Lufthansa, яка, власне, і була реальним ініціатором створення першого глобального альянсу. У 2005 р. Lufthansa приєднала швейцарську Swiss, в 2008 р. уклала угоду про придбання в Austrian Airlines і готується додати в свої активи бельгійську Brussel Airlines.

Аналогічна ситуація спостерігається і в Oneworld. Зокрема, після об'єднання японської JAL з JAS її сукупний обсяг перевезень пасажирів перевищує 50 млн чіл. British Airways веде переговори про альянс з іспанською Iberia (за модель береться холдингова структура, аналогічна Air France — KLM, в якій учасники зберігають свої бренди і значну міру операційної автономії), а переговори прозлиття з Qantas (Queensland And Northern Territory Aerial Services) доки відкладені із-за розбіжностей про основні параметри злиття.

Сильні перевізники, що лідирують в глобальних альянсах, виступають за відміну національних обмежень, що дозволило б формувати реальні транснаціональні компанії. Таку позицію підтримує IATA. Однак у супротивників глобалізації є свої цілком вагомі аргументи, так що, не дивлячись на світову економічну кризу, навряд чи можна чекати найближчим часом бурхливої активізації інтеграційних процесів.

Висновки. Об'єднання і поглинання авіакомпаній загрожують радикально перекроїти авіаційну карту світу. Багато компаній можуть скоро просто перестати існувати, а замість них на світ з'являться нові крупні перевізники. Подальше просування по цій дорозі приведе до створення транснаціональних авіакомпаній.

ЛІТЕРАТУРА

1. Александров Н.И. Субпотенциальный анализ и выбор проектов в стратегическом интегрированном управлении социально-экономическими системами [Текст]/Н.И. Александров. – СПб.: СПбГУ, 1998
2. Стоимость предприятий при интеграционном процессе [Текст]/А.Ю. Шатраков, Н.И. Комков, А.А. Мерсиянов, М.А. Шамин. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008.
3. Годовой отчет Air France-KLM Group за 2007-08 гг. Электронный ресурс // www.airfranceklm-finance.com.
4. La historia real de las Low Cost // Savia. Enero. - 2004. - № 7. - P. 13.
5. Джоджуа Т., Екимовский А. Авиакомпании берут под чужое крыло // Коммерсантъ. – 2008. - № 22. – С. 6.
6. Йогансен Н. Крыло преткновения // Итоги. – 2003. - № 31. – С.15.
7. Последствия американской трагедии 11 сентября для мирового воздушного транспорта. Официальные сообщения IATA. // <http://flighto.net.ru/DocIATA.htm>
8. Спарако П. Компании с низкими тарифами стали главными героями новой пьесы на европейской сцене // Авиатранспортное обозрение. – 2003. - № 46. – С. 23.

УДК 543.32.1

Кам'янецька О.В.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ В ПРИКОРДОННИХ ЗОНАХ УКРАЇНИ

В статті аналізується сучасний стан розвитку зовнішньої торгівлі в прикордонних зонах України, на основі якого оцінюються перспективи та напрямки подальшої інтеграції торговельних відносин між Україною та сусідніми державами

Ключові слова: зовнішня торгівля, інтеграція,

В статье анализируется современное состояние развития внешней торговли в приграничных зонах Украины, на основании которого оцениваются перспективы и направления дальнейшей интеграции торговых отношений между Украиной и соседними государствами.

Постановка проблеми. Розширення Європейського Союзу створили нові можливості для країн Центрально-Східної Європи, в тому числі і для України, для інтеграції їх економічного і регіонального розвитку. В 2007 р. Європейська політика добросусідства була доповнена програмами транскордонного співробітництва. Однією з головних цілей є інтенсифікація транскордонної співпраці між прикордонними регіонами ЄС та сусідніми регіонами.

Стратегія інтеграції України до ЄС передбачає новостворення чи поглиблення співпраці вже існуючих єврорегіонів. Тобто подальша європейська інтеграція України можлива через транскордонне співробітництво з країнами-сусідами: поширення торговельних зв'язків, розбудова інфраструктури, облаштування транспортних коридорів тощо.

Аналіз останніх досліджень. Проблематиці розвитку зовнішньої торгівлі в прикордонних зонах України присвячено багато робіт вітчизняних вчених, таких як Т.В. Терещенко, Н.А. Мікула, І.П. Нагорна Шилепницький П.І., Лазоряк М.І., Вдовічен А.А. тощо [4, 5], де досить детально та змістовно розглянуті проблеми розвитку міжнародної торгівлі у прикордонних регіонах, однак разом з тим цей аспект економічного життя країни знаходиться в процесі постійного розвитку та змін, тому потребує постійної уваги та аналізу.

Викладення основного матеріалу. В Європі транскордонне співробітництво найбільш поширене саме на рівні єврорегіонів. Розвиток транскордонної співпраці у формі єврорегіонів у багатьох країнах Європи призвів до того, що периметри кордонів країн повністю охоплені єврорегіонами. Так, формування єврорегіонів на німецьких кордонах від першого у 1958 р. до останніх у 1999 р. повністю охопило німецькі прикордонні території, утворивши 35 транскордонних об'єднань. Вони

успішно розвиваються у напрямі формування повністю інтегрованого простору у всіх транскордонних регіонах Німеччини. Чехія і Польща на своїх кордонах створили відповідно 13 та 17 єврорегіонів, які повністю охоплюють всі прикордонні території. За участю прикордонних територій Франції створено 23 транскордонних об'єднань. Росія також задіяна у 12 регіональних об'єднаннях, а Білорусь – у 4. Загалом в Європі діє 91 єврорегіон. В Україні на даний час функціонує 6 єврорегіонів: «Буг», «Карпатський євро регіон», «Нижній Дунай», «Верхній Прут», «Дніпро» та «Слобожанщина» (рис. 1), в яких беруть участь 8 областей (табл. 2). Міжнародна торгівля зростає в середньому на 6-8% за рік. Це демонструє процеси економічної глобалізації, що проходять в світі. Тому стратегічною метою української зовнішньоекономічної політики є активне залучення країни до міжнародних торговельних процесів, в тому числі і за рахунок транскордонного співробітництва з сусідніми країнами.

На даний час існує 240 пунктів перепуску через кордон (табл. 1), із них 48 – залізничні: із Польщею – 6, із Словаччиною – 2, із Угорщиною – 3, із Румунією – 6, із Білорусією – 6, із Росією – 15, із Молдовою – 10; 128 – автомобільні: із Польщею – 6, із Словаччиною – 4, із Угорщиною – 4, із Румунією – 7, із Білорусією – 30, із Росією – 34, із Молдовою – 43; 46 – морські та річкові порти; 18 – міжнародних аеропортів; у т.ч. 26 окремих пунктів місцевого перепуску.

Таблиця 1.- Транскордонна інфраструктура України станом на 2009 р.

Кордон з:	Протяжність кордону, км	Кількість автошляхів, що утворюють перетин кордону	Кількість автомобільних пунктів перетину кордону	Ділянка кордону на 1 пункт перетину кордону, в км	Кількість залізничних шляхів, що перетинають кордон	Кількість залізничних пунктів перепуску	Ділянка кордону на 1 залізничний пункт, км
Білорусією	1084	24	30	36,1	7	6	154,9
Росією	2295	64	34	67,5	21	15	122,2
Молдовою	1222	58	43	28,4	10	10	120,2
Румунією	613,8	21	7	87,7	6	6	101,3
Угорщиною	136,7	9	4	34,2	3	3	45,0
Словаччиною	98	4	4	24,5	2	2	49,0
Польщею	542,4	16	6	90,4	7	6	90,3
Разом	5638,6	195	128	44,1	56	48	117,1

Для України в її зовнішньоторговельних зв'язках значну роль відіграють країни-сусіди. Так, в сукупному експорті нашої країни їх частка складає 36%, а в загальному імпорті – 34%. Тобто, третя частина всіх торговельних операцій припадає саме на сусідні країни. Торговельні

відносини України більшою мірою залежать від зв'язків з країнами СНД, зокрема з Росією. Їх частка серед країн-сусідів займає близько 77%, відповідно на країни ЄС припадає 23% [10]. Прикордонні регіони мають найбільший товарообіг з регіонами тих країн, що межують з ними. Так, найбільшим торговим партнером західних регіонів є Польща, східних – Росія. Серед територій України, що входять до транскордонних об'єднань, найбільші обсяги експорту та імпорту припадають на «Карпатський Єврорегіон» (табл. 2.).

Таблиця 2.- Зовнішня торгівля в українській частині єврорегіонів, 2009 р.

Єврорегіон	Області	Експорт		Імпорт	
		млн.дол. США	у % до загального обсягу	млн.дол. США	у % до загального обсягу
«Карпатський Єврорегіон»	Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська, Чернівецька	3107,2	6,5	5359,8	6,3
Єврорегіон «Нижній Дунай»	Одеська	2314,2	3,5	4762,8	5,6
Єврорегіон «Слобожанщина»	Харківська	1551,6	2,3	2475,0	2,9
Єврорегіон «Буг»	Волинська	465,0	0,7	1307,7	1,5
Єврорегіон «Дніпро»	Чернігівська	418,6	0,6	377,1	0,4
Єврорегіон «Верхній Прут»	Чернівецька	166,2	0,3	194,9	0,2

Регіони, що входять до «Карпатського Єврорегіону» займають 6,5% в сукупних обсягах торгівлі України. На другому місці єврорегіон «Нижній Дунай», що має 3,5% в сукупному експорті та 5,6% в сукупному імпорті.

Найбільша частка зовнішньоторговельного обороту Львівської області належить Польщі (23%). Один з найбільших обсягів зовнішньої торгівлі Закарпатська область має з Угорщиною. У 2008 р. товарооборот Львівської області склав 1 730 млн. доларів США з чого на експорт припадало 630 млн. доларів США, а на імпорт 1 100 млн. доларів США в порівнянні до попереднього року, обсяг експорту збільшився на 137,4 млн. доларів США, тобто на 27,9%.

Головними торговельними партнерами Львівської області були підприємства з: США – 327,1 млн. доларів США (18,9% загального товарообміну), Російської Федерації – 197,5 млн. доларів США (14%), Німеччини – 231,9 млн. доларів США (13,4%), Польщі 197,5 млн. доларів США (11,4%) з чого експорт до Польщі склав 61,3 млн. доларів США (9,7%)

а імпорт 136,2 млн. доларів США. Польща належить до головних інвестиційних партнерів Львівської області. За станом на день 01.01.2009 р. польські інвестиції становили в Львівській області 62,5 млн. дол. США (18,1% загальної кількості інвестицій). У 2009 р. зовнішньоекономічний обіг Закарпаття та Угорщини складав близько 1 млрд. дол. США, що майже у 2,5 рази більше за попередній рік. Частка Угорщини в торговельному обороті області складає близько 33%. Чернівецька область має значні об'єми торгівлі з Румунією та Польщею. В складі єврорегіону «Буг» здійснюються торговельні відносини Волинської області з Польщею та Білорусією. Обсяги товарообігу з Польщею склали майже 12% від загальних обсягів міжнародної торгівлі області. Двосторонній оборот з Білорусією - 3%. Проведений аналіз показує, що сусідні країни відіграють велику роль в зовнішньоторговельних відносинах України, а прикордонні регіони здійснюють значну частину торговельних операцій з країнами, що прилягають до них.

Висновки. Як ми можемо прослідкувати, найбільш розвинутими регіонами України є Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Полтавська, Чернігівська, Чернівецька, Херсонська, Львівська та інші обл. Майже всі вищеперелічені області є прикордонними. Проте, що враховуючи потенціал зовнішньоторговельних відносин України з країнами-сусідами та динаміку зростання протягом останніх років, можна зробити висновок про недостатню співпрацю та значні можливості розвитку торговельних відносин в межах транскордонного співробітництва. Дослідження діяльності єврорегіонів за участю областей України і порівняння функціонування єврорегіонів у Центральній та Східній Європі, аналіз статутних документів, організаційних структур та фінансового забезпечення показують, що основними перешкодами для ефективного функціонування української сторони в рамках єврорегіонів є: відсутність системного підходу до організації єврорегіональної співпраці; низький рівень залучення організацій української сторони в діяльності та реалізації цілей єврорегіонів; часто недостатній рівень підготовки кадрів в регіональних органах управління; недостатнє фінансове забезпечення, зокрема, через невідповідність фахівців для розробки заявок щодо залучення коштів міжнародних фінансових структур.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Мікула Н.А. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: монографія, [Текст] / Н.А. Мікула. - Львів: ІРД НАН України, 2004. - 395 с.
2. Нагорна І. Транскордонне співробітництво як напрямок євроінтеграційних процесів в Україні [Текст] / І. Нагорна // Теоретичні та прикладні питання державотворення. - К., 2007. - Вип. 2. - С. 6-10.
3. Сторонянська І. Міжрегіональна інтеграція в Україні [Текст] / І. Сторонянська, С. Шульц; [наук. ред. М.І.Долішній, П.Ю.Беленький]; НАН України, Ін-т регіон. дослідж. — Львів: Арал, 2007. - 292с.
4. Шилепницький П.І., Лазоряк М.І., Вдовічен А.А. Участь України в єврорегіонах: сучасний стан функціонування та подальші перспективи

УДК 656.13

Аль-Маайя Ахмад Халіф

РЕЗУЛЬТАТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЄВРАЗІЙСЬКОЇ АВТОТРАНСПОРТНОЇ ІНІЦІАТИВИ

Приведенный мониторинг маршрутов NELTI.

Ключові слова: міжнародні автомобільні перевезення, маршрут.

Представлен мониторинг маршрутов NELTI.

Ключевые слова: международные автомобильные перевозки, маршрут.

Presented by monitoring the routes of NELTI.

Keywords: international road transport, the route.

Постановка проблеми. Сьогодні менше 1% торгівлі між Європою та Азією здійснюється суходолом територією Центральноазійських країн, які з давніх часів були центром світової торгівлі, дві третини населення планети мешкають, працюють, виробляють матеріальні цінності, здійснюють перевезення, торгують між собою на Євразійському континенті. Багато країн, через відсутність виходу до моря, обмежені у дотриманні необхідних товарів та послуг, які концентровані у декількох головних морських портах.

Результатом цього факту є недооцінювання ролі автотранспорту, як такого, що здійснює доставку «від дверей до дверей», надає високоякісні транспортні послуги та з'єднує найвіддаленні регіони світу. Тому, постає задача зміцнення дружніх зв'язків та взаємовигідної міжнародної співпраці у галузі розвитку транспорту для економічного та соціального прогресу країн Азії та Європи, забезпечення країн, що позбавлені виходу до моря, можливістю використати переваги автотранспорту для розвитку економіки, зовнішніх торгових та культурних зв'язків. На 31 Всесвітньому конгресі Міжнародного союзу автомобільного транспорту (МСАТ) прийнято Декларацію [1], в якій підкреслено необхідність більш щільної економічної та соціальної співпраці між різними регіонами світу, підтверджено, що зростання торгівлі між Європою та Азією потребує розвитку суходільного транспортного коридору та активізації спільних дій щодо координації національних та регіональних транспортних політик.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. За результатами проведеного моніторингу Науково-дослідним транспортним інститутом NEA (Нідерланди) [2], Євразійська автотранспортна ініціатива (далі - NELTI) протягом 12 місяців з моменту старту другої фази проекту охоплювала розширений географічний регіон на території 18 держав Європи та Азії. Особливістю став моніторинг перевезень вантажів територією КНР. До

другої фази залучено 24 автотранспортні компанії з 12 держав Європи та Азії. За оцінками Всесвітньої організації після спаду темпів торгівлі у 2009р. (див. таблиця 1), торгівля почала відновлюватись та за результатами півріччя 2010р. її зростання склало 25% у порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

Таблиця 1. - Динаміка приросту ВВП, експорту та імпорту у Євразійському регіоні у 2007-2009р.р.

Назва регіону	ВВП			Експорт			Імпорт		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
ЄС-27	2,8	0,7	-4,2	4,0	-0,1	-14,7	4,1	-0,8	-14,5
СНД	8,3	5,3	-7,1	7,5	2,2	-9,5	19,9	16,3	-20,2
КНР	13,0	9,0	8,5	19,8	8,6	-10,5	13,8	3,8	2,8
В світі	3,8	1,6	-2,3	6,4	2,1	12,2	6,1	6,1	-12,9

Економічна криза по різному відобразилась на величезній території Євразійського регіону, де обсяги торгівлі не дійшли докризового періоду, а влітку 2010р. почалось уповільнення темпів міжнародної торгівлі. Зниження обсягів торгівлі на євразійському напрямі призвело до значного спаду обсягів контейнерних перевезень, консервації частини флоту, що здійснював лінійне судноплавство між Європою та Азією, та різке зниження тарифів. По-друге, наприкінці 2009р. та першій половині 2010р. відбувалось поповнення флоту новими суднами, що були замовлені ще до початку кризи, що позначилось на збереженні низьких тарифів на морські перевезення між Європою та Азією.

Глобальна економічна криза, також, позначилась на ринку автомобільних перевезень у Євразійському регіоні: знизився попит на товари, що традиційно перевозяться автодорогами, збільшився час простою парку автомобілів тощо. Обсяги автомобільних перевезень у 2009р. та першій половині 2010р. знизилися практично по всіх напрямках, крім напрямів Китай - Таджикистан, Європа – Афганістан, Центральна Азія – Афганістан. Не дивлячись на це, у першій половині 2010р. у Центральній Азії почала відновлюватись регіональна торгівля, активізація експортно-імпортних операцій та автомобільних перевезень у порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

Враховуючи складні економічні умови та ризики, автомобільні перевезення в рамках другої фази проекту «NELTI» здійснювались успішно та будуть мати позитивний потенціал зростання у випадку, якщо до кінця 2010р. відбудеться поновлення світової економіки. За проведеним аналізом визначено, що інтенсивно перевезення здійснювались на Північному маршруті, на якому водіями заповнена більше щоденників. Загальна відстань, яку подолали перевізники, склала 978 тис. км., середня відстань за один обертовий рейс - 5 тис. км. Загальний обсяг перевезених вантажів за 12 місяців перевищив 3,92 тис. тон. Номенклатура вантажів досить широка – від продовольчих товарів (кондитерські вироби, овочі, фрукти тощо) та напівфабрикатів (вовна, пряжа,

гума, запасні частини тощо) до медикаментів, обладнання, дипломатичних та гуманітарних вантажів, побутової техніки та електроніки.

Середнє навантаження одного автомобіля відрізнялось в залежності від маршруту: 16,8 тони – на Північному; 18,1 тони – на Центральному та 25,8 тони – на Південному напрямі. Середня швидкість переміщення склала 18,4 км./год., що еквівалентно 450 км. за добу. Наслідком такої низької швидкості доставки вантажів є численні об'єктивні (заправка автомобіля, обідні перерви тощо) та необ'єктивні (простой при перетині кордонів, перевірки, оформлення документів тощо) зупинки на шляху слідування.

Розрахунки довели, що середня швидкість переміщення вантажів з врахуванням добового відпочинку водіїв (без врахування простоїв на кордонах) може зрости до 30,4 км./год., що еквівалентно 730 км. за добу. Таким чином, простой на кордонах призводять до зниження динаміки руху на 280 км. за добу. За період здійснення міжнародних автомобільних перевезень за проектом «NELTI» водії внесли до офіційних зборів понад 289, 1 тис. дол. США та неофіційні хабарі склали понад 70,6 тис. дол. США (див. таблиця 2).

Мета статті. Метою дослідження є аналіз факторів, що впливають на динаміку міжнародних автомобільних перевезень та визначення першочергових заходів організаційного, управлінського та регуляторного впливу за умов кризових явищ.

Виклад основного матеріалу. Проект «NELTI» є практичною реалізацією задач та принципів, що узгоджені на міжнародному рівні урядами країн Євразійського регіону. МСАТ сприяє розвитку автомобільного транспорту у регіоні шляхом розширення Євразійських транспортних зв'язків на протязі 10 років у безпосередньому партнерстві зі своїми національними асоціаціями, державними органами, міжнародними та регіональними організаціями.

Таблиця 2. – Розмір офіційних та неофіційних зборів, що сплачені автоперевізниками на окремих маршрутах

Назва маршруту	Загальна величина сплачених офіційних платежів, тис. дол. США	Загальна величина сплачених неофіційних платежів, тис. дол. США	Питома вага неофіційних платежів у загальній величині витрат перевізників (за винятком витрат на паливо та відпочинок), %
Північний	76	24,6	32,4
Центральний	15,1	1,6	10,6
Південний	94,1	32,6	34,6
Китайський	92,1	0	0
Афганський	11,8	4,6	39,0
Всього	289,1	63,4	21,9

Проект довів, що міжнародні автомобільні перевезення за напрямом Шовкового шляху практично здійсненні та ефективні, дозволяє підвищити інформованість політичних кіл, представників бізнесу та громадськості про наявність альтернативи морському транспорту. Це спонукає ствердити про перспективи потужного транспортного потоку з КНР, а також, з Східної та Центральної Азії до європейських країн та у зворотному напрямі. Серед подій, що вплинули на розвиток Євразійських автомобільних перевезень в рамках проекту «NELTI» або можуть вплинути в подальшому слід відмітити:

- події, що розгорнулися у квітні місяці у Республіці Киргизстан, паралізували більше місяця систему автомобільних перевезень у регіоні. Поновлення ринку перевезень відбулося влітку, але обсяги товароруку значно менше у порівнянні з аналогічним періодом минулого року;

- з введенням 01.07.10р. єдиного митного кодексу завершилось формування єдиної митної території та почався наступний етап створення Митного союзу трьох держав-членів ЄврАзЄС – Білорусь, Казахстан та Росія, що усуне до 01.07.11р. митні та інші види контролю на внутрішніх кордонах трьох країн та скоротити рівень простоїв та хабарів на цих кордонах;

- уведення з 01.01.10р. багатосторонньої дозвільної системи в рамках Організації Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС) дозволяє підвищити ефективність автомобільних перевезень та спрощення процедури перетину кордону. На спеціальній зустрічі 16.02.10р. у м. Стамбул, за підтримки торгово-промислової палати Туреччини, відбулось вручення першого дозволу ЧЕС транспортній компанії «Barsan» (Туреччина);

- у листопаді 2009р. досягнута домовленість про реактивацію трьохсторонньої міждержавної угоди 1998р. про здійснення автомобільних перевезень між країнами Киргизстан, Узбекистан та КНР. Запланований на протязі 2010 року уведення технічного каравану за трасою Кашгар - Ош – Андижан дозволить відпрацювати систему перевезень, що призведе до зростання навантаження східної частини Центрального маршруту;

- для активізації розробки багатосторонньої угоди про створення сприятливих умов для автомобільних перевезень у 2009р. були підготовлені концепції трьох додатків до рамкової угоди (Додаток 1 «Маршрути та пункти пропуску через державний кордон для міжнародних автомобільних перевезень», Додаток 2 «Дозвіл на здійснення міжнародних автомобільних перевезень», Додаток 3 «Коло питань спільної комісії із створення сприятливих умов для міжнародних автомобільних перевезень»). Уведення у дію угоди дозволить розвинути багатосторонні перевезення до/з Китаю. Серед важливих торгово-політичних подій, що стосуються проекту «NELTI» слід, також, нагадати про проведення міжнародного «круглого столу» з розвитку автомобільних перевезень до Афганістану, який відбувся 17-18 липня 2009р. у м. Тбілісі, Грузія, а також, першого (19-20 жовтня 2009р., м. Душанбе,

Таджикистан) та другого (18-19 березня 2010р., м. Баку, Азербайджан) засідань робочої групи по Афган-транзиту, проаналізовані основні проблеми розвитку автомобільних перевезень з Європи та Китаю до Афганістану, розроблені рекомендації з їх прискороного уведення, інтеграції Афганістану до регіональної системи автомобільних перевезень.

З моменту старту другої фази проекту «NELTI» були підписані ще п'ять меморандумів про взаємне порозуміння між урядами транзитних держав про розвиток Євразійських автомобільних перевезень. Таким чином, станом на вересень 2010р. діяли сім меморандумів про взаємне порозуміння з країнами Узбекистан, Киргизстан, Таджикистан, Азербайджан, Україна, Грузія. Проекти меморандумів ще з чотирма державами Євразійського регіону знаходяться у стадії обговорення. Важливим елементом вказаних меморандумів є сприяння у реалізації проекту «NELTI» на Євразійському континенті із розвитком автомобільних перевезень.

Враховуючі те, що за результатами виконання першої фази проекту «NELTI» став висновок про недостатньо розвинуту допоміжну автодорожню інфраструктуру Євразійського регіону, у травні 2010р., м. Ташкент (Узбекистан) на щорічному засіданні Азійського банку розвитку був представлений проект «Ініціативи модельного шосе» (МНІ) для створення на демонстраційній ділянці міжнародної автомагістралі, що проходить через кілька країн, комплексу об'єктів допоміжної інфраструктури (автозаправні станції, паркувальні комплекси, готелі, мотелі для відпочинку водіїв, сервісні центри з обслуговування та ремонту автомобілів, автомобільні пункти пропуску тощо), які дозволили створити сприятливі умови для здійснення перевезень.

Висновки і напрями подальших досліджень.

1. Дослідженні пріоритетні напрями проекту розвитку Центрально-євразійського регіонально-економічного співробітництва та встановлено динаміку приросту ВВП, експорту, імпорту у Євразійському регіоні та зниження попиту на товари, що традиційно перевозяться автодорогами, збільшення простою парку автотранспортних засобів тощо.

2. Проведений аналіз показав, що відродження Шовкового шляху для здійснення торгівлі автомобільним транспортом є життєздатною та рентабельною альтернативою все більш навантаженим традиційним торговим шляхам, а існуючі бар'єри, що перешкоджають збільшенню торгових потоків, у більшості випадків мають процедурний ніж інфраструктурний характер.

3. Загальна відстань складала 1560 тис. км., середня відстань обортового рейсу - 10740 км., загальний обсяг перевезень перевищив 4200 тон (середня величина вантажів 28,8 тон на один маршрут за обортовий рейс). 40% часу на виконання перевезення витрачається на кордонах через виконання митних процедур, що не відповідають сучасним вимогам. 30% транспортних витрат обумовлені справлянням мита та зборів (офіційних та неофіційних),.

5. Значного скорочення часу перевезень та їх вартості можна досягти через оптимальну організацію процедур перетину кордонів шляхом ратифікації та суворого дотримання багатосторонніх договорів щодо спрощення торгівлі та перевезень, що дозволить підвищити конкурентоздатність автомобільного транспорту без додаткових витрат на створення додаткової інфраструктури.

ЛІТЕРАТУРА

1. 31 світовий конгрес Міжнародного союзу автомобільного транспорту, Стамбул, 15-16 травня, 2008, - 64 с.
2. Щорічний звіт Міжнародного союзу автомобільного транспорту, 2010. – 76с.

УДК 336:352.075.1

О.А. Михальченко

ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ КОМПЛЕКСУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ КВАЛІФІКАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ АВІАТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто складові процеси забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств. Виявлено основні бізнес-процеси та бізнес-процеси забезпечення функціонування комплексу та запропоновано економіко-математичну модель функціонування комплексу забезпечення розвитку кваліфікації персоналу (КЗРКП) авіатранспортних підприємств.

Ключові слова: точка безбитковості, витрати, критерій, економіко-математична, модель.

В статье рассмотрены составные части процесса обеспечения развития кваліфікації персонала авіатранспортных предприятий. Выявлены основные бизнес-процессы и обеспечивающие бизнес-процессы функционирования комплекса и предложена экономико-математическая модель функционирования комплекса обеспечения развития персонала (КОРКП) авіатранспортных предприятий. Ключевые слова: точка безубыточности, затраты, критерий, экономико-математическая модель.

The article considers personnel qualification development process key elements. The main and support business-processes qualification development Economic-mathematical model of personnel qualification development provisioning complex performance is proposed, which gives an opportunity to calculate optimal number and structure of contingent receiving qualification development services.

Key words: brake-even point, costs, criteria, economic-mathematical model.

Постановка проблеми. Процес забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств потребує від організацій, що його забезпечують комплексних підходів до управління функціонуванням та забезпечення фінансової стійкості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями процесів забезпечення розвитку персоналу займалися такі вчені як Грішнова О.А.,

Висоцька М.П., Вінюков-Прощенко А.С., Сулима Л.О., Габрієлова Т.Ю. та інші.

Загальновідомо, що забезпечення розвитку кваліфікації персоналу потребує від організації, що його забезпечують ефективного управління основними та забезпечуючи ми бізнес-процесами. Вивчення наукових джерел дозволило в'ясувати, що у попередніх дослідженнях недостатньо уваги приділено дослідженню процесів функціонування комплексів забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств. Тому, на нашу думку, дослідження необхідно проводити саме відносно забезпечення ефективності функціонування КЗРКП авіатранспортних підприємств та якості процесів забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств.

Мета статті. Проаналізувати типові бізнес-процес комплексів забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств та запропонувати підходи до визначення оптимальної кількості та структури контингенту, що проходить підготовку/перепідготовку у КЗРКП персоналу авіатранспортних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Функціонування комплексу забезпечення розвитку кваліфікації персоналу (КЗРКП) авіатранспортних підприємств характеризується систематичною та одночасною реалізацією основних бізнес-процесів та бізнес-процесів забезпечення.

До основних бізнес-процесів, які генерують фінансові потоки та поглинають лівову частку витрат слід віднести наступні:

- надання освітніх послуг післядипломної (другої вищої) освіти персоналу авіатранспортних підприємств;
- проведення курсів з підвищення кваліфікації для фахівців авіатранспортних підприємств;
- надання освітніх послуг з перепідготовки фахівців авіатранспортних підприємств працездатного віку;
- надання освітніх послуг з перепідготовки фахівців авіатранспортних підприємств пенсійного віку.

До бізнес-процесів забезпечення функціонування комплексу забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств слід віднести:

- маркетингову діяльність з розробки і просування на ринку основних продуктів та послуг;
- управлінський облік та фінансово-економічне планування функціонування комплексу забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств;

- організацію розвитку кваліфікації викладацького, управлінського та

допоміжного складу комплексу забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств.

З вищезазначеного зрозуміло, що різні види послуг, які надає комплекс забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств, потребують доволі різноманітних:

- рівнів освіти та кваліфікації викладацького та управлінського складу;
- проміжків часу необхідних для проведення підготовки (перепідготовки) персоналу авіатранспортних підприємств;
- форм та видів продуктів та послуг;
- видів устаткування, що необхідне для дотримання якості у процесі надання послуг;
- навчальних програм та їх тематичних планів;
- видів оцінки якості послуг та сертифікації за провідними світовими

стандартами у авіатранспортній галузі.

Залучення ресурсів для організації і реалізації основних бізнес-процесів, на перший погляд, обмежене тільки фінансовими можливостями КЗРКП. Однак для повноцінного заміщення або відновлення таких ресурсів як висококваліфікований викладацький та управлінський склад та високотехнологічне устаткування необхідні не тільки значні капіталовкладення, а й достатньо великі проміжки часу. Оскільки кон'юнктура ринку забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств не дозволяє зволікати, необхідно знайти раціональний баланс попиту і пропозиції послуг з забезпечення розвитку кваліфікації персоналу у КЗРКП зі збереженням фінансової стійкості на кожному з етапів їх функціонування.

Грунтуючись на оцінці фінансової стійкості підприємств, описаної в багатьох наукових працях, доцільно розглянути точку беззбитковості діяльності КЗРКП. Точка беззбитковості характеризує стан КЗРКП, при якому його витрати з надання послуг, розглядаються як сума постійних і змінних витрат, дорівнюють сумі надходжень. Це співвідношення може бути використане для визначення цін на освітні послуги, що забезпечує беззбитковість функціонування КЗРКП. Якщо розглядати умову беззбитковості як основу функціонування КЗРКП на базі державного профільного ВНЗ, то надходження від надання послуг з забезпечення розвитку кваліфікації персоналу мають повністю покривати витрати на організацію процесу надання послуг протягом кожного року функціонування. Як вже було раніше зазначено, досягнення точки беззбитковості надання

послуг КЗРКП на базі ВНЗ державної форми власності у кожному з років його функціонування відбувається за умов виконання рівняння

$$\sum_{i=1}^m \tau_i x_i = \sum_{i=1}^m VC_i x_i + FC,$$

де τ_i - ціна за підготовку одного фахівця за спеціальністю i ;

x_i – кількість фахівців, що проходять підготовку за спеціальністю i ;

VC_i – обсяг умовно змінних витрат в розрахунку на одного фахівця, що проходить підготовку за спеціальністю i ;

FC – умовно постійні витрати КЗРКП з надання послуг забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств.

Перелік умовно постійних та умовно змінних витрат КЗРКП з надання послуг наведено в таблиці 1.

Таким чином змістовна постановка задачі безбиткового функціонування КЗРКП з різноманітними формами підготовки та перепідготовки персоналу авіатранспортних підприємств зводиться прийняття рішень про:

- необхідну кількість фахівців, що проходять підготовку у КЗРКП за семестр або рік, щоб процес підготовки був безбитковим;
- точку безбитковості функціонування КЗРКП при існуючому рівні попиту на його послуги;
- оптимальну потужність функціонування КЗРКП при існуючих обмеженнях за найбільш дефіцитними ресурсами.

Таблиця 1.- Перелік умовно постійних та умовно змінних витрат КЗРКП з надання послуг

Умовно постійні витрати	Умовно змінні витрати
Ремонт навчальних, адміністративних та інших приміщень	Заробітна плата професорсько-викладацького складу з нарахуваннями
Відрахування зносу (амортизації) основних фондів	Заробітна плата навчально-допоміжного складу з нарахуваннями
Оплата комунальних послуг. Оплата інформаційних послуг (телефонний зв'язок, Інтернет, поштові відправлення)	Заробітна плата адміністративно-управлінського складу з нарахуваннями
Проведення конференцій, семінарів усіх рівнів, підвищення кваліфікації та відрядження співробітників	Придбання та ремонт навчального устаткування та пристроїв
Відкриття нових спеціальностей, курсів та сертифікація	Придбання та видавництво навчальної, навчально-методичної та наукової

	літератури, періодичних видань
Реклама і маркетингові заходи	Придбання оргтехніки та витратних матеріалів
Інші умовно постійні витрати	Інші умовно змінні витрати

У якості критерію ефективності основної діяльності КЗРКП, як найбільш рентабельного виду діяльності на сьогоднішній день, доцільно розглядати чистий сумарний дохід. Виходячи з вищезазначеного задачу функціонування КЗРКП можна трактувати як оптимізаційну задачу математичного програмування: за умов обмеженості ресурсів КЗРКП на базі державного профільного ВНЗ, а також прийнятих в державі вимог, щоб максимізувати чистий сумарний дохід від надання КЗРКП послуг з забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств.

Введемо наступні індекси:

i – індекс напрямку підготовки (спеціальності),

j – індекс форми навчання (стандартне, курси, тренінги),

p – вид викладацького складу за кваліфікацією (професор, доцент, асистент, і т.п.),

d – тип устаткування для забезпечення якості процесу підготовки персоналу,

t – індекс семестру.

Математичне формулювання неформально описаної задачі буде мати наступний вигляд:

максимізувати лінійну форму

$$\sum_{t=1}^T \sum_{i=1}^{m_t} \sum_{j=1}^{n_i} (\tau_{ijt} - c_{ijt}) x_{ijt} \quad (1)$$

за обмежень

$$\sum_{i=1}^{m_t} \sum_{j=1}^{n_i} x_{ijt} \leq d_t, \quad t = \overline{1, T}, \quad (2)$$

$$\sum_{i=1}^{m_t} \sum_{j=1}^{n_i} x_{ijt} / k_{ijt}^p \leq K_t^p, \quad p = 1, \dots, P, \quad t = \overline{1, T}, \quad (3)$$

$$\sum_{j=1}^{n_i} x_{ijt} / r_{ijt}^d \leq R_t^d, \quad i = \overline{1, m_t}, \quad d = 1, \dots, D, \quad t = \overline{1, T}, \quad (4)$$

$$x_{ijt} \geq 0, \quad i = \overline{1, m_t}, \quad j = \overline{1, n_i}, \quad t = \overline{1, T}, \quad (5)$$

$$x_{ijt} - \text{ціле для } i = \overline{1, m_t}, j = \overline{1, n_t}, t = \overline{1, T}, \quad (6)$$

m_t – множина напрямів (спеціальностей), за якими проводиться підготовка персоналу авіатранспортних підприємств,

n_t – кількість форм підготовки в межах напрямку (спеціальності),

τ_{ijt} – ціна на підготовку за i -м напрямом (спеціальністю), j -й формі підготовки, в семестрі t ,

C_{ijt} – собівартість підготовки одного фахівця за i -м напрямом (спеціальністю), j -ї формі підготовки, в семестрі t ,

T – розрахунковий період,

d_t – попит на підготовку фахівців за всіма напрямками (спеціальностями) та формами підготовки, в семестрі t ,

k_{ijt}^p – норматив кількості фахівців що проходять підготовку на одного викладача за кваліфікацією за годину (величина протилежна нормативній кількості групи виражена у годинній формі),

K_t^p – сукупна кількість годин роботи викладацького складу за кваліфікацією в семестрі t ,

r_{ijt}^d – норматив кількості фахівців що навчаються на одиницю устаткування за годину

R_{it}^d – сукупна кількість годин роботи устаткування для підготовки за i -м напрямом (спеціальністю) у семестрі t ,

x_{ijt} – число фахівців, що проходять підготовку, перепідготовку (змінна величина).

Модель (1) – (6) являє собою динамічну задачу лінійного програмування зі змінними цілого типу, оскільки і цільова функція і система обмежень є лінійними, а значення змінних можуть бути тільки цілими. Ціль моделювання полягає у знаходженні найкращого рішення, тобто оптимальної кількості студентів що на навчаються за всіма спеціальностями та видами навчання. Для підтвердження адекватності та коректності за економіко-математичною моделлю (1) – (6) необхідно провести числові експерименти. У даний час існує ряд методів вирішення задач лінійного цілочисельного програмування, однак найчастіше використовують симплекс-метод та метод гілок і меж. Більшість алгоритмів, розроблених для вирішення задач подібного типу, відносяться до класу ітераційних, що обумовлює необхідність залучення обчислювальної техніки. Крім того, розмірність практичної задачі (1) – (6) настільки велика, що підрахунки вручну не

припустимі. Одним з сучасних та найбільш для користувача з персональним комп'ютером є пакет LINDO (Linear Interactive Discrete Optimizer), що розроблено для вирішення задач лінійного дискретного програмування.

Висновки та напрямки подальших досліджень. Використання запропонованої економіко-математичної моделі дозволить визначити оптимальну кількість та структуру контингенту, що проходить підготовку/перепідготовку у КЗРКП авіатранспортних підприємств на базі профільних ВНЗ. В подальшому необхідно більш детально розглянути механізми забезпечення розвитку кваліфікації персоналу авіатранспортних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1.Вінюков-Прощенко А.С. Забезпечення економічної стійкості вищого навчального закладу шляхом оптимізації управління ресурсами: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.06.01 "Економіка, організація і управління підприємствами"/ А.С. Вінюков-Прощенко. – К., 2006. – 20 с.

2.Маринцева К.В. Применение пакета LINDO в решении задач распределения воздушных судов по авиалиниям [Текст] // Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук пр. – К.: НАУ. 2006. – Вип. 14 – С. 85-92.

3.Юн Г.М., Вінюков-Прощенко А.С., Сулима Л.О. Методичні рекомендації з управління ресурсами вищого навчального закладу [Текст] / Г.М. Юн, Т.Ю. Габрієлова, А.С. Вінюков-Прощенко, Л.О. Сулима – К.: НАУ, 2007 – 44 с.

4.Юн Г.М., Сулима Л.О. Дворівнева модель оцінки ефективності підприємства, що створюється [Текст]/Г.М. Юн, Л.О. Сулима // Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. – К.: НАУ, 2007. – Вип. 22. – С. 11–15.

5.Высоцкая М. Стратегия формирования кадровой политики авиапредприятий Украины: Монография. [Текст] /М.П. Высоцкая – К.НАУ, 2005.152 с.

6.Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. Монографія. [Текст] / О.А. Грішнова – К.: Знання, 2001. – 254с.

УДК 338.2

Д.І. Смельянцева

ПРОБЛЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПЕРЕРЕЗПОДІЛУ ДОХОДІВ В УКРАЇНІ

Висвітлено питання регулювання державою процесу перерозподілу доходів. Визначено суть, мету та основні проблеми, які виникають у цьому процесі. Окреслено основні напрямки оптимізації у процесі перерозподілу доходів, на які потрібно орієнтуватися за для ефективного розвитку нашої країни.

Ключові слова: держава, доходи, податок, фіскальна та соціальна політика.

Отражен вопрос регулирования государством процесса перераспределения доходов. Определена суть, цель и основные проблемы, которые возникают в ходе этого процесса. Очерчены основные направления оптимизации в процессе

перераспределения доходов, на которые нужно ориентироваться для эффективного развития нашей страны.

Ключевые слова: государство, доходы, налог, фискальная и социальная политика.

The questions of state regulation of the process of income redistribution. Essence, goals and problems that arise in this process. The basic directions of optimization in the redistribution of income, which need to navigate to the effective development of our country.

Key words: state income tax, fiscal and social policies.

Постановка проблеми. Сучасна світова фінансова криза дозволяє проаналізувати найактуальніші проблеми економіки України, які вимагають негайних дій. Ці дії не тільки зможуть зменшити вплив фінансової кризи, але й матимуть позитивні наслідки в розвитку економіки нашої країни на багато років в майбутньому.

Однією з проблем, яка призвела до високих темпів інфляції, жорсткої політики кредитування у комерційних банках та дефіциту державного бюджету, є проблема перерозподілу доходів. Великі соціальні затрати бюджету, незбалансована податкова політика та відсутність ефективних реформ з боку держави в останні роки у цих сферах призвели до катастрофічної ситуації, яка склалася в Україні на даний момент.

На даному етапі розвитку ринкової економіки України необхідно повністю реорганізувати систему перерозподілу доходів, визначити соціальні пріоритети, переробити податкову систему країни. І в першу чергу потрібно зрозуміти, що через величезні витрати державного бюджету, неефективну податкову систему, країна втрачає кожен день інвестиційні ресурси, які б принесли великі прибутки в майбутньому.

Лише за рахунок комплексних реформ у сфері перерозподілу доходів населення Україна може розвинути ринкову економіку своєї країни.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблема доходів завжди знаходиться в центрі уваги вчених. Ретроспективний аналіз поглядів на формування доходів і їх вплив на якість життя населення показує, що дослідження цієї проблеми з економічних позицій у плані аналізу походження багатства, причин бідності започаткували такі класики, як У.Петті, Ф.Кене, А.Сміт, Дж.М.Кейнс. Серед українських вчених слід назвати М.Туган-Барановського, В.Навроцького, Є.Слуцького. Особливе значення проблемі доходів і якості життя населення надавалося в межах інституціоналізму, який у повоєнний період був представлений такими відомими економістами, як Дж.К. Гелбрайт, Ф.Перру, Г.Мюрдель. В 70-ті роки відповідними дослідженнями якості життя займались вчені І.Делні, Н.Терлецький, К.Хорнбек, А.Маршалл, Л.Вальрас, С.Кузнець, М.Лоренц та інші автори, які внесли значний вклад в означену тематику.

Активно працюють над проблемами доходів провідні російські вчені Л.І. Абалкін, В.Н. Бобков, С.І. Капустін, Т.А. Заславська. Значний внесок до вирішення теоретичних та практичних аспектів проблеми доходів і їх

перерозподілу в перехідний період в Україні належать О.П. Базилуку, Д.П. Богині, І.К. Бондар, В.М. Гейцю, Г.З. Голеусовій, А.В. Долишньому, Б.Є. Кваснюку, Т.М. Кир'ян, Е.М. Лібановій, І.І. Лукінову, В.Є. Мандебурі, В.М. Новікову, С.І. Пирожкову, А.Х. Ревенку, С.В. Тютюнниковій

У визначенні напрямків розподілу та перерозподілу доходів в країні останнім часом велика увага приділялась соціальному аспекту - «популістським» заявам та діям органів державної влади, обґрунтуванню збільшення видатків бюджету на соціальну сферу. Нажаль така політика призвела до негативних наслідків.

Новим етапом у даній проблемі стало розуміння того, що докорінних змін потребує основа державного втручання у сферу перерозподілу доходів - процедура ухвалення Державного бюджету України, податкова система країни, розподіл соціальних дотацій та пільг.

Українці стверджують, що держава пригнічує їх і так слабе становище. Що збільшення податкового навантаження примушує більшість підприємців приховувати свої доходи. Що податковий тягар в Україні перевищує аналогічні показники розвинених країн світу. Що низькі соціальні виплати менше прожиткового мінімуму, який і так занижений. Законодавці заперечують, наголошуючи на тому, що створили всі умови для розвитку ринкової економіки України. Що збільшення соціальних виплат призведуть до ще більшого дефіциту Державного бюджету.

Всі сходяться в одному - механізм державного втручання в доходи вимагає докорінних змін.

Мета статті. З викладеного вище можна побачити, що нагальною проблемою України є необхідність оптимізації політики перерозподілу доходів в Україні. Докорінних змін потребує податкова політика, політика Національного банку України,

Державне втручання в перерозподіл доходів населення має відповідати концептуальним уявленням про національну безпеку, суспільну мораль, духовні та культурні цінності суспільства.

Викладення основного матеріалу. Перерозподіл доходів у країні спрямований на усунення надмірних відмінностей у рівні доходів, властивих ринковій системі. Тобто, за рахунок спеціальних інструментів держава вилучає частину доходу у найбагатших верств населення, та розподіляє між тими верствами, які не можуть самостійно, тобто пенсіонери, інваліди, тощо. Окрім розподілу реальних грошей, за рахунок системи трансфертів та субсидій, держава може розподіляти доходи на соціальні заходи, соціальні блага, тощо. Наприклад, на безкоштовну медицину, освіту, охорону, які фінансуються з бюджету.

При вільній конкуренції, у ринковому середовищі доходи, що отримуються за рахунок виграшу у конкурентній боротьбі є природнім та справедливим. Але існують і інші верстви населення - непрацездатні,

зубожілі, ті, які не володіють факторами виробництва і не отримують жодних доходів. Справедливий розподіл, що відбувається на ринку, цих людей не обходить - забезпечити такі верстви населення засобами для існування - задача держави.

Терміни «економіка» та «соціальність» завжди будуть антонімами, і те, що з позиції ринкового механізму є нормальним, може порушувати права людини на існування у суспільстві. Тому держава, як гарант соціальних прав людини, вправі втручатися у перерозподіл доходів.

З метою перерозподілу доходів держава розробляє фінансові програми підтримки, що включають виплату допомоги та пенсій, перерозподіл доходів через систему податків та дотацій, регулювання ринкових цін тощо. Основні проблеми, що виникають в процесі перерозподілу доходів в Україні наступні. Бюджети України за останні роки - це соціальні бюджети, або, як їх ще називають, бюджети «проїдання». Величезна кількість грошей бюджету, більше 80%, ідуть на соціальну сферу, хоча могли б приносити прибуток, йти на розвиток економіки країни.

Державні органи, такі, як уряд, парламент, місцеві органи влади, мають скоординувати свої дії для виходу з кризової ситуації. Перші кроки вже зроблені - збільшені комунальні тарифи на опалення, електроенергію, газ до рівня собівартості. Зменшення соціальних витрат приведуть до збільшення інвестиційної частки бюджету. Негайної реакції вимагає і податкова політика. Прийняття Податкового кодексу має поставити крапку в нескінченній кількості нормативних документів, які стосуються податків, та виробити єдину прозору систему оподаткування. На відміну від країн ЄС податкова система України не є інструментом підвищення конкурентоспроможності держави, не сприяє зростанню економічної активності суб'єктів господарювання. Існуюча система формування державних доходів відображає недосконалість перехідної економіки та має переважно фіскальний характер. Ринкове реформування економіки супроводжувалося неодноразовими спробами удосконалити податкову систему шляхом прийняття окремих законодавчих актів, що були недостатньо адекватними стану економіки, характерними рисами якої є структурні диспропорції, наявність значних обсягів тьшових оборотів, платіжна криза [1].

Аналогічно перегляду потребує система податкових пільг. Про це заявив старший економіст Світового банку в Україні Пабло Сааведра під час круглого столу "Оподаткування в Україні: ключові проблеми та шляхи їх усунення" [2].

До основних проблем з пільгами при оподаткуванні підприємств в Україні можна віднести проблеми зі спрощеною системою оподаткування, спеціальні податкові режими, привілеї до ПДВ. У майже всіх країнах світу застосовується знижена ставка ПДВ для деяких груп товарів - дитяче харчування, ліки, тощо. В Україні ж диференціації ставок ПДВ не існує.

Основні шляхи подолання проблем перерозподілу доходів в Україні наступні. Держава може використовувати податки, щоб досягти пропорційності в економічній структурі виробництва та обміну. За допомогою податкової системи можна регулювати також розміщення продуктивних сил, надаючи податкові пільги підприємствам і галузям, які освоюють віддалені або відсталі регіони.

Податки впливають на зміну структури попиту та споживання. Сукупний попит є сумою витрат всіх секторів економіки:

$$A = E = C + I + C + X \quad (1)$$

де: A - сукупний попит;

E - витрати економіки;

C - споживчі витрати;

I – інвестиції;

O - державні закупівлі;

X - чистий експорт.

Формула сукупного доходу має вигляд:

$$Y = C + Z + T, \quad (2)$$

де:

Y - доходи економіки;

Z – заощадження;

T - чисті податки, різниця між податками та трансфертами.

Оскільки в стані рівноваги доходи дорівнюють витратам, то звідси зрозуміло, що:

$$E = V \quad (3)$$

$$C + I + C + X = C + Z + T. \quad (4)$$

Ця рівність називається основною макроекономічною тотожністю.

Щоб вивести з макроекономічної тотожності формулу рівності ін'єкцій і вилучень варто мати на увазі, що в показнику чистого експорту присутня і ін'єкція (тобто експорт, що представляє собою витрати (попит) іноземного сектора на продукцію даної країни, і, отже, частина сукупних витрат, що збільшує потік витрат і доходів) і вилучення (тобто імпорт, що є «витоком» частини сукупного доходу країни в іноземний сектор й, отже, що скорочує внутрішні витрати й відповідно доходи), тому формула рівності ін'єкцій і вилучень має наступний вигляд:

$$I + C + E = Z + T + I. \quad (5)$$

За цією формулою зрозуміло, що податки є вилученням з економіки, вони зменшують кількість інвестицій для розвитку підприємств країни. Наявність податкових пільг, застосування податкових канікул збільшать ін'єкції в економіку, це призведе до збільшення інвестиційних витрат, а це, за ефектом мультиплікатора, призведе до збільшення доходів підприємств, що, в свою чергу, призведе до збільшення доходів домогосподарств, споживчих витрат та сукупного попиту в цілому (див. формулу 1). Це все зумовить

покращення інвестиційної привабливості країни, зростання ділової активності, рівня зарплат, зайнятості, та зменшити тіньову економіку країни. Окрім того, підприємства, що зможуть розширити своє виробництво за рахунок додаткових інвестицій, зможуть в наступних роках заплатити більше податків, що призведе до збільшення сукупних податкових надходжень в довгостроковому періоді. Таким чином зміниться структура споживання загалом. Ефективна фіскальна політика в умовах кризи має будуватися на збільшенні державних закупівель та зменшенні податкового тягаря на економіку. Але не потрібно забувати, що податки беруться державою не просто так, а для надання соціальних благ, забезпечення діяльності державного апарату, тощо. Звичайно, великі податкові пільги призведуть до зростання дефіциту державного бюджету. З цим можливо боротися, якщо застосовувати інші методи наповнення державного бюджету - ті ж облігації внутрішньої державної позики, тощо. Аналогічно, потрібно змінити структуру бюджету, бо багато соціальних благ, які мають бути безкоштовними, не є такими. Деякі верстви населення із задоволенням би користувалися системою медичного страхування, платною середньою освітою, тощо.

Нажаль, економічна політика нашої країни за останні роки не була ефективною. Це призвело до погіршення економічної ситуації в нашій країні та збільшенню чутливості економіки до зовнішніх криз. Лише виважена, обгрунтована політика в сфері державного регулювання економікою може привести до позитивних зрушень в ситуації, що склалася на даний момент.

Висновки. Проаналізувавши сучасний стан політики перерозподілу доходів в Україні можна зробити наступні висновки. Реформи, що здійснюються у країні з приводу перерозподілу доходів, покликані змінити теперішній стан населення та підприємництва в країні. На даний момент процес перерозподілу доходів в Україні має більшу кількість проблем, ніж позитивних тенденцій. Негайного втручання потребує Податкова система України. Потрібно переробити як систему податків, так і систему податкових пільг, зменшивши податкове навантаження на підприємства, але тільки для тих, які дійсно потребують цього, а це намагаються ухилитися від оподаткування. Податкова система України має спиратися на досвід країн як з розвинутою ринковою економікою, так і з перехідною, а також урахувати стан вітчизняної економіки. Аналогічно перегляду вимагає система соціальних благ, які іноді не настільки безкоштовні, як мають бути. Зменшуючи витрати державного бюджету можна отримати величезні інвестиційні ресурси, яких потребують підприємства України, і не тільки приватні, але й державні, які при гідному рівні забезпечення зараз в довгостроковому періоді зможуть приносити прибутки. Україна має обрати шлях золотієї середини, але обов'язково спираючись на наукові здобутки провідних економістів держави.

ЛІТЕРАТУРА

1. Концепція реформування податкової системи України [Текст] / Розпорядження Кабінету міністрів України від 19 лютого 2007 року.

2. Сколотяний Ю.. Реформування податків в Україні: непочате поле роботи [Текст] / Ю. Сколотяний, В. Пасочник // Дзеркало тижня. - 2010. № 14(794), 10—16 квітн

УДК 336.144:334

В.Ю. Радзівілл

АНАЛІЗ ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ ВИКОНАННЯ ФІНАНСОВИХ ПЛАНІВ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті здійснено аналіз виконання фінансових планів державних підприємств за 2005-2008 роки за інформацією Мінпромполітики України.

Ключові слова: фінансове планування, горизонтальний аналіз, вертикальний аналіз, коефіцієнтний аналіз, показники фінансового плану, абсолютне та відносне відхилення, планові, фактичні та нормативні значення показників.

В статье осуществлен анализ выполнения финансовых планов государственных предприятий за 2005-2008 года согласно информации Минпромполитики Украины.

Ключевые слова: финансовое планирование, горизонтальный анализ, вертикальный анализ, коэффициентный анализ, показатели финансового плана, абсолютное и относительное отклонения, плановые, фактические и нормативные значения показателей.

The article is dedicated to analysis of fulfilment the financial plans of state enterprises over a period of time 2005-2008 for information Ministries of Industrial Policy of Ukraine.

Keywords: financial planning, horizontal analysis, vertical analysis, coefficient analysis, indexes of financial plan, absolute and relative deflection, planned, actual and normative value of indexes.

Постановка проблеми. В процесі фінансового планування на підприємствах важлива роль відводиться розрахунку основних показників фінансових планів та аналізу виконання цих показників за певний період часу. Відповідність фактичних значень показників фінансових планів плановим або нормативним значенням цих показників говорить про якісну систему планування показників фінансового плану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що розрахунок основних показників фінансових планів для державних підприємств здійснюється за методикою «Про затвердження порядку складання, затвердження та контролю виконання фінансових планів державних підприємств, акціонерних, холдингових компаній та інших суб'єктів господарювання, у статутному фонді яких більше 50 відсотків акцій (часток, паїв) належать державі, та їх дочірніх підприємств», затвердженої Наказом Міністерства економіки України від 21 червня 2005 року N 173 із змінами і

доповненнями, внесеними наказами Міністерства економіки України від 16 березня 2009 року N 216 [1].

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Методи розрахунку показників фінансового плану (нормативний, балансовий, коефіцієнтний), що зазначені в даній методиці, не дають можливості якісно планувати значення показників фінансового плану, оскільки не враховують чинники, які впливають на показники фінансового плану та не дають можливості встановити факт наявності зв'язку між показниками, оцінити вплив одних показників на інші.

Мета статті полягає в оцінці якості виконання фінансових планів підприємств, складених за існуючою методикою розрахунку основних показників фінансових планів, та в обґрунтуванні можливих шляхів удосконалення цієї методики.

Виклад основного матеріалу. Оцінка якості фінансових планів для державних підприємств здійснюється за «Методикою аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки», затвердженої наказом Міністерства фінансів України від 14.02.2006 N 170[2].

Згідно вищенаведених методик [1, 2] при плануванні показників фінансового плану, при складанні звіту про виконання фінансового плану та при фінансовому аналізі діяльності підприємства застосовується:

- горизонтальний аналіз, який проводиться з метою вивчення динаміки окремих фінансових показників, розрахованих за даними фінансової звітності за певний період часу. При цьому розраховуються відносні та абсолютні зміни окремих показників (доходів та витрат) за ряд періодів та визначаються загальні тенденції їх зміни;

- вертикальний аналіз, суть якого полягає в порівнянні питомої ваги окремих структурних складових;

- порівняльний аналіз, який базується на зіставленні планових та фактичних, фактичних та нормативних показників;

- коефіцієнтний аналіз, що здійснюється з метою розрахунку коефіцієнтів рентабельності, ліквідності, фінансової стійкості підприємства тощо.

Існуючими методиками не передбачено застосування економіко-математичних методів, які допомагають встановити вплив одних показників на інші, виявити зв'язок між показниками, встановити наявні та приховані резерви підвищення ефективності діяльності підприємства, поліпшення його фінансового стану.

За даними звітів про виконання показників фінансових планів державними підприємствами Мінпромполітики України (без підприємств, що є суб'єктами природних монополій, та підприємств, плановий розрахунковий обсяг чистого прибутку яких перевищує 50 млн. гривень) за 2005-2008 роки здійснено горизонтальний аналіз показників «усього доходів», «усього

витрат», результати якого представлені на рис. 1 і 2. Як видно з рис. 1 і 2, протягом 2005-2008р.р. різниця між плановими та фактичними значеннями доходів і витрат щорічно збільшувалася. Отже, можна зробити висновок, що на підприємствах не здійснюється якісний аналіз виконання планових показників та якісний розрахунок планових показників. Без виявлення факторів, що викликають такі значні відхилення фактичних даних від планових за попередній період діяльності підприємств неможливо розрахувати показники на наступний плановий період.

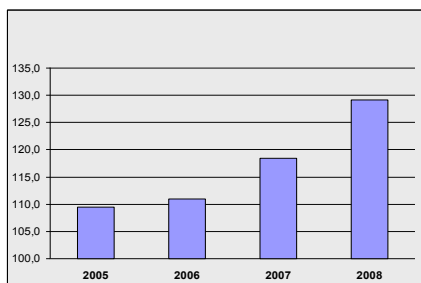


Рисунок.1 Рівень виконання фінансового плану за доходами по підприємствах Мінпромполітики України за 2005-2008р.р.,%.

Побудовано автором за [3].

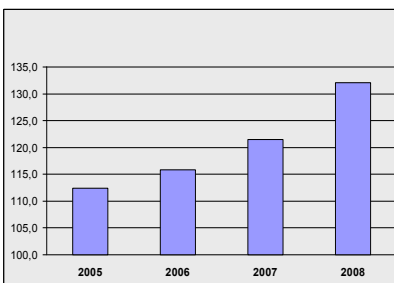


Рисунок.2 Рівень виконання фінансового плану за витратами по підприємствах Мінпромполітики України за 2005-2008р.р.,%.

Побудовано автором за [3].

У фінансовому плані відображаються показники фінансових ресурсів та напрями їх використання. Велике значення має структура джерел формування фінансових ресурсів, і, насамперед, питома вага власних ресурсів. Велика питома вага залучених ресурсів ускладнює фінансову діяльність підприємств додатковими витратами на відсотки за кредитами, знижує ліквідність підприємства.

За даними звітів про виконання фінансового плану державних підприємств Мінпромполітики України було проаналізовано планові та фактичні значення джерел формування та надходження фінансових ресурсів та напрямів їх використання за 2005-2008 роки. Для розрахунків взято планові та фактичні дані для того, щоб можна було порівняти заплановану структуру джерел формування та надходження фінансових ресурсів з фактичною структурою та заплановане використання фінансових ресурсів з фактичним використанням.

Протягом проаналізованого періоду в цілому по підприємствах Мінпромполітики України спостерігались значні відхилення фактичних надходжень фінансових ресурсів від планових (табл.1)

Так, як видно з даних табл. 1, у 2005, 2006 і 2008 р.р. мало місце значне перевиконання планів надходжень фінансових ресурсів (% виконання

планів становив відповідно 133,4; 134,3 і 125,3%), а в 2007 р. – невиконання (% виконання становив 93,7%). При цьому намітилась негативна тенденція щодо виконання плану по надходженнях власних фінансових ресурсів і значне перевиконання – по залучених коштах. Лише у 2005р. план надходжень власних фінансових ресурсів був перевиконаний. У 2006р. план було виконано на 91,3%, у 2008р. – на 14,4%, а в 2007р. замість запланованих надходжень мала місце втрата фінансових ресурсів.

Невиконання планів надходження власних фінансових ресурсів у 2006-2008р.р. пов'язано з одержанням збитків замість запланованих прибутків.

Таблиця 1.- Виконання планових показників джерел формування фінансових ресурсів підприємств Мінпромполітики України за період 2005-2008р.р.

Показники	2005	2006	2007	2008
	%, виконання плану			
Фінансові ресурси усього:	133,4	134,3	93,7	125,3
У тому числі:				
власні - усього з них:	130,0	91,3	-	14,4
• прибуток	30,9	-	-	-
• нерозподілені прибутки минулих періодів	272,9	137,9	-	-
• амортизаційні відрахування	112,4	106,6	110,4	167,9
залучені - усього з них:	137,1	191,7	171,3	177,8
• довгострокові кредити банків	226,5	265,4	347,8	26,7
• інші довгострокові фінансові зобов'язання	-	270,8	-	235,2
• інші довгострокові зобов'язання	2299,7	14081,7		
• короткострокові кредити банків	140,4	139,5	157,1	223,8
• аванси одержані	59,7	149,8		
• векселі видані	818,6	62485,0		
• товари, роботи, послуги, отримані на умовах відстрочення платежів	528,7	460,2		
• цільове фінансування	100,1	81,6		
• інші джерела	564,1	6900,0	192,6	86,2

Розраховано автором за: [3]

Крім того, у 2007-2008р.р. негативний вплив на виконання плану надходжень власних фінансових ресурсів справили також одержані непокріті збитки замість запланованих нерозподілених прибутків минулих періодів.

Невиконання планів по надходженню власних фінансових ресурсів призвело до значного зменшення їх частки в загальному обсязі фінансових

ресурсів. Причому фактичні частки були значно нижчі за заплановані, про що свідчить дані табл. 2.

Особливо великі відхилення фактичних часток від планових мали місце у 2007 і 2008 роках. Протягом усього проаналізованого періоду спостерігалось значне перевищення фактичних значень часток залучених коштів над запланованими. При цьому фактичні значення перевищували заплановані в 1,4 - 1,6 рази.

Значні розбіжності спостерігались між плановими і фактичними показниками використання фінансових ресурсів (табл.3)

Так, як видно з даних табл.3 щодо показника «капітальні інвестиції» протягом 2005-2007 років відносно відхилення фактичних значень від планових зростало у динаміці. У період 2005-2008р.р. на придбання оборотних активів підприємства витрачали коштів більше, ніж планувалось (у 2005 р. – більше ніж у 3 рази, у 2006р. – у 4,1 рази, у 2007р. – 2,7 рази, у 2008р. – 2 рази).

Таблиця 2.- Планова і фактична структура джерел формування фінансових ресурсів підприємств Мінпромполітики України за період 2005-2008р.р., %

Джерела	2005		2006		2007		2008	
	план	факт	план	факт	план	факт	план	факт
Фінансові ресурси усього:	100	100	100	100	100	100	100	100
У тому числі:								
власні - усього з них:	52	50,7	57,1	38,9	44	-2,2	32,1	3,7
• прибуток	18,9	4,4	10,2	-5,6	8,9	-5,9	10,4	-5,6
• нерозподілені прибутки минулих періодів	15,3	31,3	30,9	31,8	25,7	-7,4	13	-2,4
• амортизаційні відрахування	17,8	15	16	12,7	9,4	11,1	8,7	11,7
залучені - усього з них:	48,0	49,4	42,8	61,2	55,9	102,2	67,8	96,4
• довгострокові кредити банків	2,4	4,1	3,8	7,6	2,5	9,4	5,9	1,3
• інші довгострокові фінансові зобов'язання	0	0,4	0,7	1,4				
• інші довгострокові зобов'язання	0,02	0,3	0	1,1	0	0,2	1,5	2,8
• короткострокові кредити банків	16	16,9	12,8	13,3	45,1	75,6	46,1	82,4
• аванси одержані	17,8	8	15,8	17,6				
• векселі видані	0,1	0,3	0,001	0,5				
• товари, роботи, послуги, отримані на умовах відстрочення	1,5	5,9	1,4	4,9				

Проблеми системного підходу в економіці, 2010, №35

платежів								
• цільове фінансування	8,5	6,4	8,1	4,9				
• інші джерела	1,7	7,1	0,2	9,9	8,3	17	14,3	9,9

Розраховано автором за: [3]

Протягом періоду, що досліджується, підприємства витрачали менше коштів, ніж планувалося, на модернізацію, модифікацію (добудова, дообладнання, реконструкція) основних засобів (у 2005 році – на 30,6 %, у 2006 р. – на 23,7%, у 2007р. – на 32%, у 2008 р. – на 8,6%). Таке використання фінансових ресурсів призводить до морального старіння обладнання, що може вплинути на обсяг випуску продукції. Невідповідність між фактичними і плановими значеннями показників свідчить про відсутність контролю над виконанням показників фінансових планів за період, тобто на підприємствах не здійснюється аналіз чинників, що впливають на такий розбіг між плановими та фактичними значеннями показників. А розрахунок планових значень показників на наступний період діяльності підприємства на базі отриманого результату за попередній період без аналізу попередніх відхилень саме і призводить до таких відмінностей.

Таблиця 3. - Виконання плану використання фінансових ресурсів підприємств Мінпромполітики України за період 2005-2008р.р.

Показники	2005	2006	2007	2008
	% виконання плану			
Фінансові ресурси усього:	115,8	135,8	163,6	133,6
У тому числі:				
• капітальні інвестиції	128,9	130,0	148,8	124,3
• приріст оборотних активів підприємства	305,5	410,2	274,6	206,3
• модернізація, модифікація (добудова, дообладнання, реконструкція) основних засобів	69,4	76,3	68,0	91,4
• довгострокові фінансові інвестиції	13,1	113,6		
• поточні фінансові інвестиції	4254,5	-		
• інші витрати	60,2	75,0		
• повернення залучених коштів, усього	51,3	90,1		
• витрати, пов'язані з внесенням обов'язкових платежів до бюджету та державних цільових фондів	114,3	116,5	196,9	117,8

• покриття збитків минулих періодів	198,2	5820,6		
• капітальний ремонт			108,2	129,0
• короткострокові кредити банків			109,3	161,4
• довгострокові кредити банків			46,1	69,7

Розраховано автором за: [3]

Висновки. Невідповідність ряду фактичних показників плановим їх значенням для підприємств Мінпромполітики говорить про неякісну організацію фінансового планування на цих підприємствах. На нашу думку, необхідним є використання у фінансовому плануванні економіко-математичних методів (експоненціального згладжування, кореляційно-регресійний аналіз та ін.), які дають можливість не тільки оцінити динаміку самого показника, а й встановити факт наявності зв'язку між даними, оцінити вплив одних показників на інші[4, 5].

Для використання економіко-математичних методів необхідно поділити показники фінансового плану на такі групи: показники, для яких можна визначити чинники, що впливають на кінцевий результат, та показники, які залежать від змін своєї величини протягом періоду дослідження. Для першої групи показників (чистий дохід, інші операційні доходи, інші фінансові доходи, інші операційні витрати, інші фінансові витрати, собівартість реалізованої продукції, витрати на збут) доцільно використовувати регресійний аналіз.

Для другої групи показників (адміністративні витрати, інші доходи, інші витрати) можна застосовувати метод експоненціального згладжування[6]. Показники фінансового плану, які не належать до жодної з вищенаведених груп залежать від тих показників, які розраховуються із застосуванням економіко-математичних методів, і визначаються як алгебраїчна сума чи різниця окремих показників або нормативними актами щодо бази оподаткування.

Використання економіко-математичних методів для планування діяльності фірми дає можливість виявити приховані резерви підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок врахування факторів, які впливають на кінцевий результат фінансово-господарської діяльності підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. Методика «Про затвердження порядку складання, затвердження та контролю виконання фінансових планів державних підприємств, акціонерних, холдингових компаній та інших суб'єктів господарювання, у статутному фонді яких більше 50 відсотків акцій (часток, паїв) належать державі, та їх дочірніх підприємств», затверджена Наказом Міністерства економіки України від 21 червня 2005 року N 173 із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства

економіки України від 16 березня 2009 року N 216. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

2. «Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки», затверджена Наказом Міністерства фінансів України від 14.02.2006 N 170, зареєстрована в Міністерстві юстиції України 27.03.2006 за N 332/12206. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

3. Зведені показники виконання фінансового плану: Офіційний сайт Мінекономіки України. – [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.me.gov.ua>

4. Ломкова О.Н. Економіко-математичні методи і моделі [Текст]: Навч. посібник / О.Н. Ломкова, О.О. Епов. - Волгоград: РПК «Політехнік», 2005.- 67с.

5. Холод Н.І. Економіко-математичні методи і моделі [Текст]: Навч. посібник / Н.І. Холод, А.В. Кузнецов, Я.Н. Жихар. - 2-е вид. - Мн.: БГЕУ, 2000. – 412 с.

6. Панасенко, О.П. Вдосконалення фінансового планування на підприємстві з використанням економіко-математичних моделей [Текст] / О.П. Панасенко. // Актуальні проблеми економіки, 2008. - №7. – С. 219-227.

УДК 331.2

Євтушенко О.В.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА БАЗІ ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ЇЇ НАРАХУВАННЯ

В статті розглянуто актуальні питання, щодо вдосконалення обліку та аналіз нарахування заробітної плати.

Ключові слова: заробітна плата, облік, аналіз.

В статье рассмотрен актуальный вопрос совершенствования учета и анализа начисления заработной платы

Ключевые слова: заработная плата, учет, анализ.

In article pressing question, account and analysis improvements generating a salary is considered.

Keywords: wages, accounting, analysis.

Постановка проблеми. В умовах ринкової економіки відбулися помітні зміни в оплаті праці, яка залежить вже не тільки від результатів праці робітників, а й від ефективності діяльності виробничих підрозділів.

Заробітна плата є основним джерелом доходів робітників фірм, підприємств. Праця працюючих є необхідною складовою частиною процесу виробництва, споживання та розподілу створеного продукту. А урахування праці та заробітної плати займає одне з центральних місць в системі обліку на підприємстві.

Оплата праці – це заробіток, розрахований, як правило, в грошовому вираженні, який за трудовими договорами власник чи уповноважений ним орган виплачує за виконану роботу чи надані послуги.

Заробітна плата - є важливішим засобом підвищення зацікавленості працюючих у результатах своєї праці, її продуктивності, збільшення обсягів виробленої продукції, поліпшення її якості та асортименту

Але на жаль до підходів розуміння заробітної плати властиві ряд недоліків:

- по-перше, такі визначення не відбивають суті заробітної плати, а лише вказують на один із принципів розподілу частини суспільного продукту (національного доходу) між учасниками виробництва;

- по-друге, недостатньо точно й конкретно визначаються джерела заробітної плати (сукупний суспільний продукт, національний дохід тощо);

- по-третє, із визначень випливає, що заробітна плата розподіляється лише за кількістю і якістю праці, що не відповідає дійсності.

Для повнішого розуміння сутності заробітної плати як категорії ринкової економіки треба звернути увагу на такі принципові положення:

- по-перше, заробітна плата формується на межі (на стику) відношень сфери безпосереднього виробництва і відношень обміну робочої сили;

- по-друге, заробітна плата має забезпечувати об'єктивно необхідний для відтворення робочої сили й ефективного функціонування виробництва обсяг життєвих благ, які працівник має отримати в обмін на свою працю;

- по-третє, заробітна плата є водночас і макро-, і мікроекономічною категорією;

- по-четверте, заробітна плата - це важлива складова виробництва, її рівень пов'язаний як з потребами працівника, так і з процесом виробництва, його-результатом, оскільки джерела коштів на відтворення робочої сили створюються у сфері виробництва і їхнє формування не виходить за межі конкретного підприємства. Формування і здійснення обліку і аналізу в нарахуванні заробітної плати неможливе без наукового обґрунтованого підходу до проектування системи оплати праці, тобто удосконалення обліку заробітної плати по місцю проходження практики, розв'язання комплексу завдань їх інформаційного забезпечення, які вирішуються в системі обліку й аналізу, без теоретичних засади (закони, системи, форми, закономірності, принципи, механізми, методи) та практичних аспектах застосування досліджуваного об'єкту (ведення обліку заробітної плати в бюджеті, аналіз динаміки оплати праці, та система оплати праці працівників).

Аналіз останніх досліджень. В умовах переходу нашої економіки на ринковий механізм функціонування, важливими задачами стали: прискорення науково-технічного прогресу, зниження витрат живої праці, механізація

трудомістких робіт, поліпшення використання трудових ресурсів, зменшення збитків робочого часу.

Підприємство самостійно, але відповідно до законодавства, установлює штатний розклад, форми і системи оплати праці, преміювання.

У науковій економічній літературі можна зустріти понад два десятки визначень заробітної плати. Найпоширенішими є визначення заробітної плати, як частки суспільного продукту (національного доходу), що розподіляється за працею між окремими працівниками...

Заробітна плата як економічна категорія належить до найскладніших. Поряд з такими категоріями, як прибуток, податки, зайнятість, вона є одним з головних елементів, своєрідним «нервовим центром» суспільного організму.

За нинішніх умов як правило її поділяють на:

- номінальну заробітну плату, яку одержує працівник у грошовій формі за виконану роботу або витрачений час;
- реальну заробітну плату, яка являє собою кількість товарів і послуг, які можна придбати за номінальну заробітну плату або це «купівельна спроможність» номінальної заробітної плати.

Невідповідність реальної зарплати прожитковому рівню спонукає десятки мільйонів висококваліфікованих працівників здійснювати маятникову міграцію в інші країни для пошуку більшої зарплати.

Розгляд сутності заробітної плати за умов соціалізму обов'язково супроводжувався наголошуванням на докорінній відмінності її природи в капіталістичному суспільстві.

Обґрунтування цього базувалося, як правило, на двох постулатах:

- при соціалізмі заробітна плата була формою реалізації розподілу за працею, а при капіталізмі - перетвореною формою вартості (або ціною) робочої сили;
- залучення до праці у формі найму при соціалізмі полягає у планомірному включенні робітників і службовців у суспільне виробництво, засноване на загальнонародній власності, а при капіталізмі воно означає купівлю-продаж робочої сили.

Найбільш ґрунтовно проблеми бухгалтерського обліку і аналізу розглянуті у працях вітчизняних вчених: Бутинця Ф.Ф.[1], Голова С.Ф.[2,3], Завгородного В.П.[5], Кужельного М. В.[6], Ткаченко Н.М. [10]. Грабова Н.М.[4], Сопка В.В.[7], Сук Л.К.[8], Хомина П.Я.[11] та інших. Дослідження розвитку обліку і аналізу в Україні у своїй більшості висвітлюють або загально-методичні засади обліку та фінансової звітності згідно національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку (П(С)БО). або характеризують окремі напрямки обліку та техніку облікових записів згідно з новим Планом рахунків. Питання обліку і аналізу заробітної плати не знайшли достатнього вирішення в опублікованих на теперішній час наукових роботах. Корисними для теорії та практики обліку

і аналізу в Україні є публікації закордонних учених Р. Адамса, Ф.Л. Дефліса, Г.Р. Дженика, Дж. Лоббска, Р.Монтгомері, Дж.К. Робертсона, В.М. О.Рейла, Рей Вандер Віла та інших, в яких розглядаються організаційно-методологічні аспекти обліку та аналізу фінансової звітності підприємств країн з розвинутою ринковою економікою. Водночас їх праці безпосередньо не торкаються проблематики обліку та аналізу операцій з нарахуванням заробітної плати.

Метою статті є виявлення основних шляхів покращення облікового та аналітичного процесу з нарахуванням заробітної плати та правильна організація оплати праці з додержання певних принципів.

Виклад основного матеріалу. За офіційними поглядами, що домінували в командно-адміністративній економічній теорії за радянських часів, заробітна плата як результат дії закону розподілу за працею в соціалістичному товарному виробництві має репрезентувати виражений у грошовій формі еквівалент тієї частки трудового внеску працівника в кінцевий спільний результат праці, яка забезпечує особисте споживання працівника.

Принцип оплати праці за кількість і якість. Це означає, що при оплаті праці повинні враховуватися кількість виробленої продукції і складність її виготовлення, важливість, якісні характеристики.

Принцип підвищення рівня оплати праці. На скільки зростає продуктивність праці, настільки ж підвищується заробітна плата працівників.

Принцип державної політики в оплаті праці проявляється в тому, що основні питання регулювання оплати праці вирішуються урядом. Розміри тарифних ставок, посадові оклади, всі елементи тарифної системи, коефіцієнти, надбавки до заробітної плати встановлюються в централізованому порядку. Якщо порівняти характеристики сутності розподілу за працею при соціалізмі й розподіл за вартістю (ціною) робочої сили при капіталізмі, то передовсім привертає увагу їхня якісна єдність, адже в обох випадках об'єктом розподільних відносин є необхідний продукт, що поступає в розпорядження найманого працівника як плата за його працю і становить обсяг життєвих засобів, які забезпечують за досягнутого рівня розвитку продуктивних сил відповідний рівень споживання матеріальних і нематеріальних благ та послуг.

Для більшості працівників державного сектора економіки встановлено тарифну систему оплати праці - це норматив, за допомогою якого держава встановлює регулювання і диференціювання рівня заробітної плати різних груп і категорій працівників залежно від кваліфікаційного рівня, умов, складності, інтенсивності і важливості виконуваної роботи, а також особливостей галузей промисловості і підприємств, їхнього територіального розміщення та вартості робочої сили на ринку.

На сьогоднішній день перехід до ринкових відносин, конкуренція змушують підприємства позбутися зайвих працюючих, або скоротити витрати на оплату праці. В умовах економічної трансформації заробітна плата повинна використовуватися як найважливіший засіб для стимулювання до зростання продуктивності праці, прискорення науково-технічного прогресу, поліпшення якості продукції, підвищення ефективності виробництва. Але в Україні відсутня ефективна державна політика зайнятості, зарплат і трудових доходів. Проводиться політика “заморожування” заробітної плати, що дає змогу економити витрати на робочу силу і зберігати зайву чисельність зайнятих у економіці. Заробітна плата, як макроекономічна категорія є доходом, який формує платиспроможний попит населення, що стимулює структуру і розвиток виробництва. А відтак зниження реальних доходів працюючих, відхилення ціни на працю від її вартості призводять до звуження внутрішнього ринку, що є в свою чергу причиною скорочення виробництва. На сьогодні, щоб досягти цієї умови, потрібно збільшити середню заробітну плату принаймі в 5 разів. Підвищення заробітної плати повинно природно ґрунтуватись на підвищенні продуктивності праці, але в сучасних важких економічних умовах припустимо це зробити частково за рахунок грошової емісії. Інші джерела фінансування зарплати – це ліквідація непотрібних ланок держустанов, скорочення штатів апаратних працівників, “роздутих” в десятки разів порівняно з економічно стабільними країнами.

Необхідно змінити систему оподаткування зарплати шляхом зниження податкових ставок, стимулюючи тим самим вихід з тіньової економіки значної кількості підприємств, що збільшить надходження коштів у бюджет. В сфері матеріальної мотивації персоналу, враховуючи, що на підприємствах України склалися багаторічні традиції і певний досвід матеріального стимулювання персоналу, який не можна повністю ігнорувати, особливо на перехідному етапі до ринкових відносин, найбільш прийнятним є поєднання і доповнення вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Реалізація цих, а в подальшому й інших заходів з удосконалення системи оплати праці в Україні дозволило б наблизити величину частки зарплати у витратах на виробництво до рівня економічно розвинутих країн, а оплату робочої сили - до європейських стандартів. Це зіграло б важливу роль у підвищенні рейтингу нашої країни.

Висновки. Проведений аналіз розрахунків з оплати праці дає змогу зробити певні висновки, щодо її впливу на загальний рівень життя населення і в цілому на економіку країни. Удосконалення системи оплати праці повинно відбуватися в результаті оцінки величини робочої сили, в основі якої лежить вартість життєвих благ і послуг, необхідних для нормального життя працівника і членів його сім'ї.

Реформування системи оплати праці в Україні є найважливішим завданням і потребує негайного здійснення. Основним джерелом доходів найманих працівників є і надалі залишатиметься заробітна плата. Нині саме заробітній платі належить переважаюче значення в мотиваційному механізмі. Саме з цієї причини, а також внаслідок однобічного, не комплексного підходу до її визначення у політичній економії соціалізму в колишньому Радянському Союзі та, на жаль, нині і в Україні відсутнє єдине розуміння суті заробітної плати.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бутинець, Ф.Ф. Бухгалтерський управлінський облік: підруч. для студ. спец. "Облік і аудит" вищ. навч. закл. [Текст] / Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, Н.М. Малога, Л.В. Чижевська // Ф.Ф. Бутинець (ред.). — 2. вид., перероб. і доп. — Житомир : ПП "Рута", 2002. — 480с.
2. Голов С.Ф. Бухгалтерський облік в Україні: Аналіз стану та перспективи розвитку [Текст] / С.Ф. Голов; Міжнародний ін-т менеджменту (МІМ-Київ). — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 522с
3. Голов Сергей Федорович [Текст] / С.Ф. Голов. Управленческий бухгалтерский учет. — К. : Скарби, 1998. — 381с
4. Грабова Н.М. Теорія бухгалтерського обліку: підручник [Текст] / Н.М. Грабова; М.В. Кужельний (ред.). — 6-е вид. — К. : А.С.К., 2007. — 266с.
5. Завгородний В.П. Бухгалтерский учет в Украине с использованием национальных стандартов: учеб. пособие для студ. вузов [Текст] / В.П. Завгородний. — 5. изд., доп. и перераб. — К. : А.С.К., 2003. — 847с.
6. Кужельний М.В. Теорія бухгалтерського обліку: підручник [Текст] / М.В. Кужельний, В.Г. Лінник. — К. : КНЕУ, 2001. — 334с.
7. Сопко В.В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: навч. посібник [Текст] / В.В. Сопко; Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана. — К. : КНЕУ, 2006. — 526с.
8. Сук Л.К. Бухгалтерський облік у галузях народного господарства: навч. посіб для дистанційного навчання [Текст] / Л.К. Сук, П.Л. Сук; Відкритий міжнародний ун-т розвитку людини "Україна". — К. : Університет "Україна", 2007. — 308с.
9. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України: підручник для студ. екон. спец. вищих навч. закл. [Текст] / Н.М. Ткаченко. — 6. вид. — К. : А.С.К., 2001. — 770с.
10. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність: підручник [Текст] / Н.М. Ткаченко. — Вид. 3-тє, доп. і перероб. — К. : Алерта, 2008. — 925с.
11. Хомин П.Я. Облікова політика підприємства в ринкових умовах – 2009 р.
12. Журавель Г.П. Теорії бухгалтерського обліку: студії: монографія [Текст] / Г.П. Журавель, П.Я. Хомин. — Тернопіль : Економічна думка, 2008. — 400с.

СИСТЕМА ПІДГОТОВКИ БОРТПРОВІДНИКІВ НА БАЗІ АВІАЦІЙНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ

Досліджено національні та міжнародні вимоги щодо підготовки бортпроводників з метою виявлення нормативного поля функціонування авіаційного навчального центру, на основі якого розробляються та пропонуються відповідні курси та терміни навчання, та встановлюються вимоги до кандидатів при прийнятті їх на навчання.

Ключові слова: система, бортпроводник, управління, функціонування, організація, ефективність, авіаційний навчальний центр

Исследованы национальные и международные требования относительно подготовки бортпроводников с целью выявления нормативного поля функционирования авиационного учебного центра, на основе которого разрабатываются и предлагаются соответствующие курсы и сроки обучения, и устанавливаются требования к кандидатам при принятии их на обучение.

Ключевые слова: система, бортпроводник, управление, эффективность, функционирование, организация, авиационный учебный центр.

National and international requirements concerning preparation of flight attendants with the purpose of training-center functioning legal field revealing on the basis of which corresponding rates and terms of training are developed and offered are investigated, and requirements to candidates are established at their acceptance on training.

Keywords: system, flight attendants, management, efficiency, functioning, the organization, aviation educational center.

Постановка проблеми. Одна з головних задач авіаційного навчального центру (АНЦ) - стати сполучною ланкою у підготовці спеціалістів між виробниками і експлуатантами авіаційної техніки, а також регулюючим органом Державіаадміністрацією з метою підвищення безпеки авіації України. Підготовка авіаційного персоналу повинна здійснюватися відповідно до принципів системного аналізу, у контексті комплексної авіатранспортної системи, тому що при виникненні авіаційних подій фаховий рівень екіпажу є останнім клапаном безпеки.

Існує залежність між якістю підготовки бортпроводників і ефективністю роботи авіакомпанії. Від якості підготовки бортпроводників залежить якість обслуговування пасажирів на борту. Це впливає на імідж авіакомпанії в цілому, і як наслідок, на об'єми продажу квитків.

Виробничі показники того або іншого перевізника не завжди об'єктивно відбивають його успіх на ринку, бо останній залежить від рівня сервісу на борту ПС.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У роботі [1] розглянуті методи організації роботи льотного складу (ЛС) в авіакомпаніях країн СНД та закордонних країн. Ці компанії орієнтуються на зменшення

експлуатаційних витрат за рахунок збільшення частки підготовки екіпажів на тренажерах, введення скорочених екіпажів.

У дослідженні [2] проаналізовано основні тенденції кадрової сукупності ведучих авіакомпаній світу й авіакомпаній України. Результати аналізу дозволили визначити найбільш істотні недоліки існуючої кадрової сукупності вітчизняних авіакомпаній (низький рівень адекватності реальним потребам) і шляхи їх усунення. Щодо розгляду діяльності бортпровідників як операторів ергатичної системи, то питання функціонування операторів ергатичних систем докладно розглянуто у роботах Коби В.Г.

У монографії [3] розглядаються економічні аспекти розвитку ергатичних систем, аналізуються питання впливу удосконалення систем “людина-машина” на підвищення умов праці і якості роботи. Наведені приклади розрахунків ефекту від оптимізації ергатичних систем, що включають економічну оцінку робочого місця оператора, розподіл функцій між машиною і оператором, відбору і підготовки операторів.

У роботі [4] розглянуті економічні питання обліку, оцінки і зниження витрат на підготовку операторів ергатичних систем. Особливу увагу приділено методам розрахунку економічної ефективності професійного відбору, застосування тренажерів, індивідуалізації навчання. Також розглядаються питання оптимізації тривалості навчання операторів ергатичних систем. Але це дослідження було проведено відносно операторів типу ПС Ту-154.

В [5] розглянуті вплив системи “оператор-машина-середовище” на економічні показники виробництва, питання підвищення кваліфікації льотного складу. Але це розглядалось також на прикладі авіаційної техніки радянського виробництва – Ту-154, Ту-134 та Ан-24.

Закордонні автори також вважають, що для нового покоління ПС необхідна нова система підготовки льотного складу [6,...,10]. Але наявність багатьох факторів заважає швидким змінам програм підготовки.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. На основі проведеного аналізу наукових джерел встановлено невирішену раніше частину загальної проблеми, а саме: відсутність методичних підходів, які дозволяють визначити найбільш ефективну сучасну систему підготовки авіаційних спеціалістів в авіаційних навчальних центрах.

Мета статті. Метою даного дослідження є розробка організаційних та методичних підходів до забезпечення ефективного функціонування системи підготовки бортпровідників на базі АНЦ.

Виклад основного матеріалу. Проаналізовано попит і напрямки підготовки бортпровідників, основні чинники, що визначають обсяги підготовки авіаційних операторів в авіаційних навчальних центрах. До найважливіших з них віднесено: кількість ПС, що експлуатуються авіакомпаніями, та перспективи розвитку парку ПС; тенденції розвитку

ринку перевезень основних українських авіакомпаній; розподіл за типами авіакомпаній (чартерні, регулярні, low-cost та бізнес-авіація); нормативи чисельності екіпажів за типами ПС; нормативний термін роботи кабінного екіпажу (вік виходу на пенсію чи списання за станом здоров'я).

Найбільш ймовірне значення цих параметрів дозволяє спрогнозувати потребу в операторах визначеного фаху.

Також було проаналізовано стандарти, вимоги та правила підготовки бортпроводників, а саме національні стандарти та програми підготовки; концепції, стандарти та рекомендації ICAO та JAA/EASA (European Advertising Standards Alliance – правонаступниця JAA – Joint Aviation Authorities).

Встановлено, що ICAO приділяє велику увагу поняттю людського фактору, у зв'язку з його великим впливом на безпеку польотів та безпеку цивільної авіації в цілому.

З огляду на підготовку бортпроводників це також важливо: бортпроводники забезпечують безпеку пасажирів; їх робота – спілкування з людьми є складним психологічним процесом.

Установлено, що АНЦ з підготовки бортпроводників повинен функціонувати у певній області нормативної та організаційної сфери, на основі якої розробляються та пропонуються відповідні курси та терміни навчання та встановлюються вимоги до кандидатів на навчання.

Після проведення аналізу вимог до підготовки бортпроводників, можна виділити такі, що є спільними для всіх рівнів нормативного регулювання, а саме: вік кандидата – мінімум 18 років; добрий стан здоров'я, у тому числі психологічна стійкість; середня освіта; високий загальний культурний рівень кандидата; знання англійської або іншої іноземної мови; кількість типів ПС, на які проводиться підготовка – 3 типи; тренажерна підготовка в умовах, наближених до реальних; необхідний досвід – наліт 30 годин; періодична перепідготовка: раз на рік – теоретична, раз на три роки – тренажерна; врахування людського фактору; вміння здійснювати взаємодію з іншими членами екіпажу ПС (CRM); вміння забезпечувати безпеку пасажирів; вміння надавати першу медичну допомогу; вміння обслуговувати пасажирів.

Стандарти вищої освіти на вимоги до підготовки бортпроводників впливають не значно, оскільки підготовка таких спеціалістів у АНЦ розглядається вищою школою та Міністерством освіти як перепідготовка, підвищення кваліфікації або друга вища освіта, і навіть для надання цього освітньо-кваліфікаційного рівня за даною спеціальністю не вимагає на їх думку проведення тренажерної підготовки та нальоту годин.

Проаналізовано існуючу практику підготовки та перепідготовки бортпроводників в Україні та в СНД.

В Україні та в СНД зараз не існує АНЦ, у якому б проводилася комплексна підготовка бортпроводників на типи ПС «Боїнг-737», «Боїнг-767»

та «Аеробус-320». Підготовка відбувається на базі авіакомпаній, оскільки тільки так зараз можливо забезпечити необхідну практику – 30 годин (рис.1).

Щодо типів ПС, то це на основі статистичного аналізу була виявлена тенденція до відновлення парку ПС України та країн СНД переважно на умовах лізингу таких ПС, як “Боїнг-737”, “Боїнг-767”, “Аеробус-310”, “Аеробус-320”. Програми з розвитку парку ПС країн СНД передбачають забезпечення розвитку навчальних закладів цивільної авіації.



Рисунок 1. Цикл підготовки бортпровідника на базі авіакомпанії

Правом проведення певних видів підготовок та перепідготовок в Україні станом на 2010 рік володіють 10 центрів. Розглянуті центри проводять підготовку тільки на деякі типи ПС, або тільки за окремими курсами (CRM, АБ тощо), а тренажерну підготовку на ці типи проводять на базі закордонних центрів. Це значно збільшує вартість навчання, оскільки основну частину вартості (більше 50%) складає саме тренажерний вид підготовки.

Головний навчальний та сертифікаційний центр цивільної авіації (ГНСЦ ЦА) існує як залишкова частка радянської системи підготовки авіаційних спеціалістів і не відповідає сучасним вимогам. Він має застарілу авіаційну техніку (тренажери типів ПС Ан-24, Ту-154, Як-42) та високий середній вік викладацьких кадрів. Відсоток фізичного зносу будівель учбових корпусів становить 39%-51%. Аналіз показав, що ГНСЦ ЦА не може збільшити обсяги робіт з підготовки внаслідок надання учбовим закладам Міністерства освіти права сертифікації льотного складу та скорочення кількості екіпажів на типи ПС Ан-24, Ту-154, Як-42.

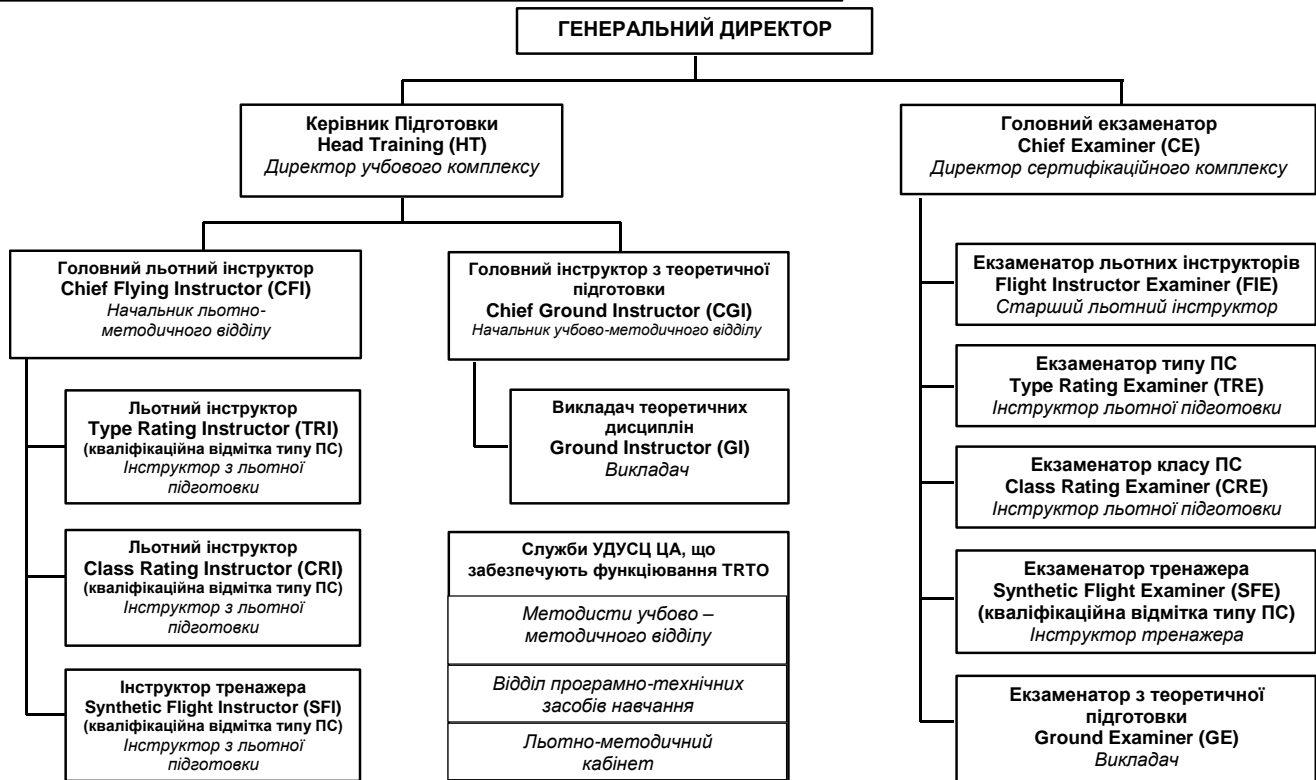
Підготовка бортпровідників проводиться за системою “Type Rating Training Organization” (TRTO), коли АНЦ, який здійснює підготовку, вносить у свідоцтво члена льотного складу (льотного та кабінного екіпажів) кваліфікаційну відмітку про тип ПС (рис.2). Ця система підготовки не потребує спеціальної початкової освіти.

АНЦ можуть підпорядковуватись Міністерству освіти України, Міністерству транспорту та зв'язку України, або бути недержавним суб'єктом господарювання. АНЦ може також діяти як заклад післядипломної освіти. Але за всіма типами власності АНЦ повинен мати сертифікат TRTO, який видає Державіаслужба. Контроль з її боку має велике значення щодо забезпечення авіаційної безпеки.

Право проведення сертифікації льотного складу (ЛС) для видачі та/або продовження терміну дії свідоцтва може бути надано організації TRTO за умови затвердження Державіаадміністрацією у цій організації: відповідних екзаменаторів; програм із сертифікації ЛС, включаючи перелік контрольних та/або тестових завдань для перевірки рівня знань, який повинен бути опублікований.

Підготовка бортпровідників України може здійснюватись в іноземних організаціях TRTO за умови наявності відповідного сертифіката або дозволу, виданого цій організації повноважним органом ЦА відповідної держави, та визнання цієї організації Державіаадміністрацією.

Процес професійної підготовки льотного складу ЦА підрозділяється на три етапи: первинна підготовка в середньому або вищому навчальному закладах, введення в дію в авіакомпаніях і авіапідприємствах на конкретному типі літака, перепідготовка і підвищення кваліфікації в АНЦ.



Рисунк 2. Система підготовки TRTO на прикладі ГНСЦ ЦА

Розглянемо цю схему більш детально. Керівник підготовки відповідає за забезпечення льотної, тренажерної, теоретичної підготовки та контроль рівня опанованих навиків та знань кожним курсантом. Головний інструктор з теоретичної (наземної) підготовки здійснює контроль за роботою всіх інструкторів з теоретичної (наземної) підготовки та відповідає за стандартизацію всієї теоретичної підготовки. Він повинен мати практичну авіаційну підготовку або мати великий попередній досвід викладання теоретичних дисциплін.

Інструктор з теоретичної (наземної) підготовки (викладач з теоретичних дисциплін) повинен до свого призначення на цю посаду мати відповідний авіаційний досвід та підтвердити свою компетентність шляхом проведення контрольної лекції, яка базується на матеріалах, розроблених ним для дисципліни, яку він викладає. Головний льотний інструктор контролює льотних інструкторів та інструкторів тренажерів і відповідає за стандартизацію льотної та тренажерної підготовки.

У нас є ті, кого навчають, технічні засоби, методики, навчальні програми, й отже, міра (критерій), який необхідно використовувати для оцінки ефективності діяльності АНЦ на виході це – рівень підготовки бортпроводників. Рівень підготовки слухачів визначається в остаточному підсумку як високий, середній і т.ін. Контроль якості підготовки – це проміжне і кінцеве тестування.

Отже, методичні підходи розроблено до таких основних елементів системи підготовки з метою забезпечення економічної ефективності діяльності АНЦ, як: сукупність методів, заходів (управлінських, організаційних та ін.); матеріально-технічна база; технологія навчання; методики; типи ПС, на які готують бортпроводників; сам об'єкт навчання у вигляді слухача, його морально-етичний стан та бажання вчитися. Тому в нашій методиці підготовки бортпроводників діють критерії первинного відбору на дану посаду – це психологічні тести.

Технології підготовки також є елементом розробленою системи підготовки, вони виділені автором статті в окремому методичному вказівки [11].

Висновки. Використовуючи ретроспективний аналіз існуючої практики підготовки та перепідготовки бортпроводників на Україні та у країнах СНД, встановлено, що зараз не існує авіаційного навчального центру, де б проводилася комплексна підготовка бортпроводників на типи ПС «Боїнг-737», «Боїнг-767» та «Аеробус-320». Всі розглянуті центри проводять тільки часткову підготовку - лише на радянські типи ПС Ан-24, Ту-154, Як-42, виключно за окремими курсами (CRM, АБ тощо), а тренажерну підготовку на ці типи проводять на базі закордонних центрів. Це значно збільшує вартість навчання, оскільки основну частину вартості (більше 50%) складає саме тренажерний вид підготовки. ГНСЦ ЦА існує як залишкова частка колись потужної радянської системи підготовки авіаційних спеціалістів і не

відповідає сучасним вимогам якості підготовки. Він не проводить підготовку на західні типи ПС, хоча існує тенденція до відновлення літакового парку в Україні переважно на умовах лізингу таких ПС, як “Боїнг-737”, “Боїнг-767”, “Аеробус-320”. ГНСЦ ЦА має застарілу авіаційну техніку, яка не відповідає сучасним вимогам підготовки, високий середній вік викладацьких кадрів.

Підготовка бортпровідників складна не тільки економічна задача, а й психологічна задача, оскільки фах бортпровідника вимагає всебічних та ґрунтовних знань з різних галузей – як то психології, іноземної мови, рятування при настанні позаштатних ситуацій, знання аварійно-рятувального обладнання та іншого устаткування на борту ПС. При виборі методів навчання АНЦ виходять з однієї принципової вимоги: підготовка фахівців повинна забезпечувати нормативно визначений високий рівень кваліфікації за щонайменших витрат. Напрямами подальших досліджень мають бути: розробка критеріїв оцінки економічної ефективності системи підготовки бортпровідників; розробка спеціальної програми менеджменту, яка враховує якість, структуру, характер процесів для отримання “виходу” системи підготовки як основного критерію забезпечення безпеки авіатранспортної системи України.

ЛІТЕРАТУРА

1. Редковец А.Н. Организационно-экономические вопросы совершенствование работы летного состава авиакомпаний [Текст]: Автореф. дис. на соискание учен. степени канд. эконом. наук: спец. 08.07.04 «Экономика транспорта и связи» / А.Н.Редковец. – К., 1996. – 16 с.
2. Висоцька М.П. Стратегія формування кадрової політики авіапідприємств України [Текст]: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.04 “Економіка транспорту і зв’язку” / М.П.Висоцька. – К., 2004. – 20 с.
3. Коба В.Г. Проблемы развития и экономической оценки эргатических систем [Текст] / В.Г.Коба. – К.: Вища школа: Изд-во при КГУ, 1985. – 143 с.
4. Коба В.Г. Экономика подготовки операторов эргатических систем [Текст] / В.Г.Коба. – К.: О-во «Знание» УкраинскойССР, 1983. – 13 с.
5. Коба В.Г. Эффективность использования основных фондов гражданской авиации [Текст] / В.Г. Коба, Е.В.Макаров, Г.С.Диброва. – М.: “Тр-т”, 1984. – 183 с.
6. Hodge T. Competency-based training for screeners helps ensure effective first line of defence [Text] / T. Hodge, P.-P. Morin // ICAO Journal. – 2004. – № 7. – P. 19–20, 27.
7. North D.M. Redefining training [Text] / D.M. North // Aviation Week and Space Technologies. – 2004. – № 5. – P. 60–61.
8. Sumwalt R.L. (II). Airplane upset recovery training: a line pilot’s perspective [Text] / R.L. Sumwalt (II) // Flight Safety Dig. – 2003. – №7/8. – P. 1–18.
9. Orasanu I. Culture, risk and decision making in complex systems [Text] / I. Orasanu // 75 Annual Scientific Meeting of the Aerospace Medical Association Aviation, Anchorage, Alaska, May 2–6, 2004. Space and Environ Medicine. – 2004. – № 4, part 2. – P. 138.
10. Tegtmeier L.A. Retooling maintenance [Text] / L.A. Tegtmeier // Aviation Week and Space Technologies. – 2006. – № 22. – P. 50.
11. Сулима Л.О. Методичні рекомендації з організації та управління авіаційного навчального центру [Текст]. – К.: НАУ, 2007. – 48 с.

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті розглядається поняття розрахунок показників та напрямки підвищення інвестиційної привабливості підприємств будівельної промисловості.

Ключові слова: будівельна промисловість, інвестиційна привабливість, показники.

В статье рассматривается понятие расчет показателей и пути увеличения инвестиционной привлекательности предприятий строительной промышленности.

Ключевые слова: строительная промышленность, инвестиционная привлекательность, показатели.

The definition, the index calculations and the ways to increase the investment attractiveness of enterprises in building industry are regarded in this article.

Keywords: construction industry, investment attractiveness, performance

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки України велика кількість підприємств знаходиться у важкому фінансовому стані, інвестиційна привабливість будівельної промисловості дуже низька. Тому перед підприємствам будівельної промисловості потрібно забезпечити стабілізацію фінансового стану підприємств, що можливо досягти шляхом:

- залучення інвестицій
- оптимізація витрат підприємства
- раціоналізації використання ресурсно-сировинного потенціалу
- використання інновацій на підприємстві та ін.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Багато вчених, таких як О. Амоша, Г. Астапова, П. Беленький, О. Буглак, В. Геєць, С. Мізюк, В. Щелкунов, Ю. Яковлев розглядали в своїх роботах питання залучення інвестицій.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Сучасний стан будівельної промисловості України нестабільний. За таких умов підвищується необхідність залучення інвестицій у виробництво. Досягти цього можна забезпечуючи гарантії здійснення виплати інвесторам. При цьому важливим моментом є використання такої методики оцінки інвестиційної привабливості, яка б дозволила точно визначити фінансовий стан підприємства.

Метою статті є обґрунтування доцільності використання методики Яковлева у будівельній промисловості та визначення можливих шляхів підвищення інвестиційної привабливості підприємств даної галузі.

Викладення основного матеріалу. Для розуміння актуального становища української будівельної промисловості необхідно навести конкретні цифри.

В квітні 2008 спостерігалось перше падіння об'ємів виконаних робіт в житловому будівництві. У січні – вересні 2008 року падіння складало вже 7,2%. А до кінця року – збільшилось до 20%. Найбільше скорочення відбувалось у Вінницькій, Луганській і Чернігівській областях (від 32,2 до 27,2 відсотків). У Києві темпи зменшення будівельних робіт досягли 15 відсотків. При цьому зупиняється виробництво будівельних матеріалів, проводиться скорочення працівників будівельних компаній та заводів, що виробляють будівельні матеріали.

Державна влада намагається стабілізувати ситуацію, яка склалася в країні. 17 листопада 2008 року за вийшов указ Президента України Віктора Ющенка «Про додаткові заходи щодо подолання фінансової кризи в Україні». В даному указі було вказано: «Постановляю Кабінету Міністрів України: затвердити в місячний строк порядки використання коштів Стабілізаційного Фонду на: надання кредитів на завершення будівництва житла, яке здійснюється із залученням іпотечних кредитів і обов'язковою умовою якого є спів фінансування з боку банків та забудовників, передбачивши надання таких кредитів насамперед на завершення будівництва багатоквартирних житлових будинків з готовністю понад 50%;

- опрацювати питання та внести в установленому порядку пропозиції щодо використання коштів Стабілізаційного Фонду для:

- надання громадянам одноразової цільової державної допомоги для здійснення першого внеску на купівлю (будівництво) житла у недобудованих багатоквартирних жилих будинках;

- викупу державою недобудованого житла за цінами, визначеними Міністерством регіонального розвитку та будівництва України, для формування фондів службового та соціального житла.

Запропонувати Національному банку України:

Запровадити цільове рефінансування банків для кредитування терміном на 5 років інвестиційних проектів під облікову ставку Національного банку України під заставу пулів іпотечних кредитів, у першу чергу для завершення будівництва визначених за результатами інвентаризації багатоквартирних житлових будинків з готовністю понад 50%».[2]

В таких умовах залучення інвесторів стає на важливим фактором діяльності фірми, а необхідністю. Актуальним стають питання підвищення інвестиційної привабливості підприємств та обґрунтування методів визначення інвестиційної привабливості підприємств. Інвестор приділяє велику увагу інвестиційній привабливості підприємства. Для її визначення використовуються показники фінансового стану підприємства. Доцільно було б застосувати при цьому внутрішньогалузеві показники. Підхід, який використовується для визначення інвестиційної привабливості підприємств повинен відповідати таким вимогам:

- оперативно давати оцінку фінансовому стану потенційного об'єкта інвестування;
- давати можливість інвестору швидко порівняти стан і діяльність різних підприємств;
- використовувати принцип простоти і логічності при розрахунках та використовувати загальновідомі показники.

Методика оцінки інвестиційної привабливості об'єкта інвестування складається з трьох етапів:

1. аналіз інвестиційної привабливості галузі, у якій функціонує підприємство
2. аналіз фінансового стану та діяльності підприємства
3. прогноз діяльності підприємства [1].

Аналіз інвестиційної привабливості галузі проводиться для оцінки прибутковості ринку та безпеки інвестицій. Він враховує наступні фактори:

- умови та обмеженні, встановлені законодавчо для ведення інвестиційної привабливості; зміни в законодавстві;
- регіональні особливості (місцеві податки і збори та ін.);
- наявність транспортних комунікацій, налагоджених каналів зв'язку, віддаленість підприємства від ринків збуту та ін.);
- діяльність конкурентів;
- попит на продукцію галузі, її перспективи і т.д.

Для проведення аналізу фінансового стану підприємства використовуються фінансові коефіцієнти, які показують ліквідність, платоспроможність, фінансову стійкість підприємства. Використання конкретних показників залежить від ряду чинників:

- задач аналізу;
- обсягом доступної інформації;
- особливостей галузі.

Оскільки інформація про фінансову діяльність підприємств в умовах сьогодення є обмеженою, перелік показників, які можуть використовуватись для оцінки фінансового стану підприємства значно звужується. До таких показників, які можуть використовуватись для експрес – аналізу інвестиційної привабливості підприємств можна віднести:

1. Характеристика стану основних виробничих фондів: знос виробничих фондів

$$K_1 = (\text{ОФ}_{\text{бал}} - \text{ОФ}_{\text{зал}}) / \text{ОФ}_{\text{бал}}$$

Де $\text{ОФ}_{\text{бал}}$ – балансова вартість основних фондів

$\text{ОФ}_{\text{зал}}$ – залишкова вартість основних фондів.

2. Характеристика ефективності використання праці: продуктивність праці

$$K_2 = \text{ОРП} / \text{Ч},$$

де ОРП – об'єм реалізованої продукції

Ч – чисельність працівників.

3. Характеристика прибутковості (рентабельності) діяльності.

Коефіцієнт прибутковості продажів:

$$K_3 = \text{Пр} / \text{ОРП},$$

де Пр – балансовий прибуток

4. Характеристика платоспроможності підприємства:

Коефіцієнт фінансування, який характеризує ступінь покриття кредиторської заборгованості КЗ власним капіталом:

$$K_4 = \text{СФ} / \text{КЗ},$$

Де СФ – статутний фонд.

Коефіцієнт співвідношення дебіторської заборгованості до кредиторської:

$$K_5 = \text{ДЗ} / \text{КЗ}.$$

5. Характеристика обігу активів та заборгованості

Віддача основних фондів:

$$K_6 = \text{ОРП} / \text{ОФ}_{\text{зал}}$$

Оборотність дебіторської і кредиторської заборгованості, яка відображає переважання доходу від реалізації над відповідно дебіторською і кредиторською заборгованістю, тобто швидкість їх обороту в процесі виробництва:

$$K_7 = \text{ОРП} / \text{ДЗ} \text{ та } K_8 = \text{ОРП} / \text{КЗ} [1]$$

Отримані дані для кількох підприємств порівнюються між собою або з середньогалузевими показниками. Також для інвестора важливим був би розрахунок таких показників, як коефіцієнт покриття, абсолютної ліквідності, рентабельності оборотних активів та інші.

Для розрахунку середньогалузевих показників використовуються наступні формули.

Середнє значення параметру:

$$\bar{K} = \sum_{t=1}^N K_t / N,$$

Де K_t - фактичне значення параметра, N – кількість об'єктів, для яких здійснюється розрахунок.

Відхилення параметру від свого середнього значення знаходиться за допомогою показника середнього квадратичного відхилення:

$$\sigma = \sqrt{\sum_{t=1}^N (K_t - \bar{K})^2 / N}$$

Також для оцінки надійності та інформативності конкретного параметра використовують коефіцієнт варіації .

$$CV = \sigma / \bar{K}$$

Чим менший коефіцієнт варіації, тим більша надійність та інформативність параметру. Після проведення оцінки інвестиційної

привабливості підприємства складається висновок про стан підприємства – задовільний чи незадовільний. В першому випадку далі здійснюється розрахунок величини перспективного чистого прибутку та визначення реальної виплати інвестору [3]. Враховуючи реальний фінансовий стан підприємств будівельної промисловості залучення інвестицій є необхідністю, тому потрібно забезпечити гарантії виконання підприємством своїх інвестиційних зобов'язань. Цього можна досягти за допомогою затвердження на загальних зборах перспективного порядку розподілу чистого прибутку з визначенням величини відрахування до дивідендного фонду. Пропонується здійснювати виплату інвесторам не з величини чистого прибутку, а з величини отриманого доходу, що сприятиме підвищенню інвестиційної промисловості. Запропонований порядок формування забезпечення інвестиційної привабливості дозволяє досягти реальних результатів і фактично забезпечити отримання доходів інвестору.

Висновки. В умовах постійних змін, які відбуваються сьогодні, необхідні методи, які дозволяють швидко та точно обґрунтувати та проаналізувати інвестиційну привабливість підприємства. Одним з таких методів є методика Яковлева. Він використовується з метою вибору інвестором кращого варіанту для інвестування шляхом порівняння оцінок інвестиційної привабливості підприємств, основаних на даних фінансової звітності. Через нестабільність становища підприємств будівельної промисловості необхідно підвищувати інвестиційну привабливість. Оскільки за умов фінансової кризи це важко зробити, потрібно надавати гарантії виплати дивідендів інвесторам. Цього можна досягти затвердженням на зборах керівництва величини реальної виплати інвестору, забезпечення доходу інвесторам шляхом виплати дивідендів з доходу підприємства. Залученню інвестицій у будівельну промисловість сприятиме державна підтримка даного сектору та капітального будівництва (що створить збільшення попиту на продукцію будівельної промисловості), зміна організаційної системи управління будівельним комплексом, задач органу управління інвестиційно – будівельного комплексу, оновлення технологій, використання інновацій, модернізація техніки на виробництві, використання досвіду інших країн і таке інше.

ЛІТЕРАТУРА

1. Яковлев, Ю.В. Анализ инвестиционной привлекательности приватизируемых предприятий [Текст] / Ю.В. Яковлев. // Кредитно – инвестиционная деятельность. – С.40-56.
2. Указ Президента України Віктора Ющенко «Про додаткові заходи щодо подолання фінансової кризи в Україні» від 17 листопада 2008 року.
3. Бурлак, О.В. Теоретико – методичне забезпечення інвестиційної привабливості авіатранспортних підприємств [Текст] / О.В. Бурлак // Інвестиції: практика та досвід. – 2008 – №18 – С. 16-18.
4. Гойко А.Ф. Методи оцінки ефективності інвестицій та пріоритетні напрями їх реалізації [Текст] / А.Ф. Гойко. – К., ВІРА Р, 2006. – 320 с.

МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ ПРАЦІВНИКА

В статті проаналізовано моделі компетенцій працівника, визначено основні риси моделі компетенцій, які потрібні в процесі її формування для авіапідприємств.

Ключові слова: компетенція, працівник, модель компетенцій, менеджер, авіапідприємство

В статье проанализированы модели компетенций сотрудника, определены основные черты модели компетенций, которые нужны в процессе ее формирования для авиапредприятий.

Ключевые слова: компетенция, сотрудник, модель компетенций, менеджер, авиапредприятие.

Models of employee competencies are considered in this article. It is defined the main features of competencies which are needed in the process of forming competencies model for aviaenterprise.

Key words: competence, employee, model of competencies, manager, aviaenterprise

Постановка проблеми. Ще в середині ХХ сторіччя працівник розглядався як функціональна одиниця компанії і вписувався в загальну схему управління її функціями. Однак початок ХХІ сторіччя дав поштовх до розвитку ідеї людського капіталу і можливості повноцінного інвестування даного ресурсу організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взагалі дослідженнями моделей компетенцій займався багато відомих вчених, таких як: Кемпбел Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. [2]; Рамперсад Х. [5]; Вільямс Р. [6]; Форсаф П. [7]; Хамел Г., Прахалад К.К. [8]. Також багато публікацій по моделюванню компетенцій з'явилося в Україні в професійних журналах з управління персоналом: Ільїна О. [1]; Макдональд Б. [3]; Сисоєв І. [4]; Шаліна А. [9].

Невирішена раніше частина загальної проблеми. В рамках управління талантами авіапідприємств побудова моделі компетенцій працівника є дуже важливим елементом системи відбору кваліфікованих працівників. Під моделлю компетенцій варто розуміти набір знань, умінь, здібностей, якостей і ставлень до роботи, виконуваної справи, організації, працівників, необхідних для професійного виконання роботи в рамках конкретної посади [1, С. 27.]. Модель компетенцій має, з одного боку, з одного боку всі сторони діяльності працівника, а з іншого – бути досить простою у застосуванні. Крім того, працівники авіапідприємств, як і будь-яких інших, поділяються на спеціалістів і менеджерів. Таким чином, і моделі компетенцій мають певну специфіку. Проте зазначимо, що наукових розробок, які стосуються формування моделі компетенцій працівників авіапідприємств досить небагато.

Мета статті. З огляду на це проаналізуємо у даній роботі модель компетенції менеджера, модель компетенцій, яка пропонується групою McBer та деякі інші. Це допоможе визначити основні риси моделі компетенцій, які потрібні в процесі її формування для авіапідприємств.

Викладення основного матеріалу.

При формуванні моделі компетенцій менеджерів потрібно розглянути наступні аспекти діяльності керівника: рівні менеджменту, сфери діяльності менеджера, ролі менеджера. Основна увага при формуванні моделі буде приділятися управлінським компетенціям (які пов'язані з виконанням основних функцій менеджера), технічним компетенціям (які необхідні для професійної діяльності в вибраній вузькоспеціалізованій області), морально-психологічним якостям менеджера. Відповідно до цієї моделі компетенцій в організації існує три рівні менеджменту, у відповідності з якими виділяють менеджерів нижчої, середньої і вищої ланки. Належність до кожного рівня менеджменту вимагає від керівника особливих компетенцій. Чим вище рівень, тим більше вимог ставиться до навичок менеджера комплексно вирішувати задачі, знань і навичок в технічних областях. І лише для президента або генерального директора пріоритетним є знання та навички в управлінських областях. Менеджери вищої ланки мають володіти наступними якостями: вмінням стратегічно мислити, прогнозувати майбутню ситуацію, ризики і загрози; вмінням оцінювати місце організації у зовнішньому оточенні; вмінням враховувати зовнішні тенденції розвитку. Типовим є те, що менеджери середньої і нижчої ланки зайняті переважно тактичним та оперативним плануванням, адмініструванням, лобюванням інтересів власного підрозділу в організації.

О. Ільїна пише [1, С. 28.], що «з підвищенням рівня змінюється такий показник, як норма керованості, який характеризує оптимально можливу кількість підлеглих у менеджерів (від 20-40 прямих підлеглих у менеджера нижчої ланки до 7-9 прямих підлеглих для менеджера вищої ланки)». В процесі своєї діяльності менеджер управляє трьома основними об'єктами: працівниками, задачами і відділом (підрозділом). Об'єкт управління визначає компетенції, якими потрібно володіти менеджеру. Так, коли об'єктом управління виступають працівники, то , то менеджеру потрібно проявляти переважно управлінські компетенції і демонструвати наявність високих морально-психологічних якостей.

При виконанні поставленої задачі менеджер демонструє, перш за все, наявність технічних компетенцій – таких, наприклад, як знання та навички у вузькоспеціалізованій області, а також вміння планувати основні стадії виконання задачі, цілеспрямованість, результативність та ін. Управляючи організацією чи відділом менеджер демонструє поряд з управлінськими компетенціями і інші ділові якості, наявність яких сприяє формуванню іміджу відділу (підрозділу) або організації, її бренду, лобюванню інтересів відділу (підрозділу) або організації у зовнішньому середовищі. При

рівномірному управлінні всіма трьома основними сферами управління менеджер стає ідеальним управлінцем. Розробник аналізованої моделі, О. Ільїна пише [1, С. 29.], що «в процесі своєї роботи менеджеру доводиться виступати в різних ролях.» Серед них дослідник виділяє наступні: 1) роль господарника (управління процесом постачання відділу обмеженими ресурсами); 2) роль адміністратора (виконання оперативних задач управління); 3) роль стратега (формування місії організації і розробка стратегії діяльності як організації, так і відділу (підрозділу)); 4) роль плановика (планування діяльності працівників); 5) роль організатора, ініціатора (впровадження нових підходів до роботи); 6) роль судді і арбітра (розгляд конфліктних ситуацій); 7) роль дипломата (взаємодія із зовнішніми по відношенню до організації і відділу (підрозділу) представниками); 8) роль політика (лобіювання інтересів організації і відділу (підрозділу)); 9) роль комунікатора (ведення внутрішніх і зовнішніх переговорів в організації і відділі (підрозділі)); 10) роль контролера і професіонала у вузькоспеціалізованій області (управління відділом (підрозділом), що спеціалізується в окремій професійній області). Зазначимо, що всі вищенаведені ролі потребують наявності у менеджера спеціальних компетенцій. І кожна з цих ролей виконується і менеджером авіапідприємства, коли він здійснює управління підлеглими. Отже, формування моделі компетенції менеджера відбувається за наступною схемою (див. рис. 1):

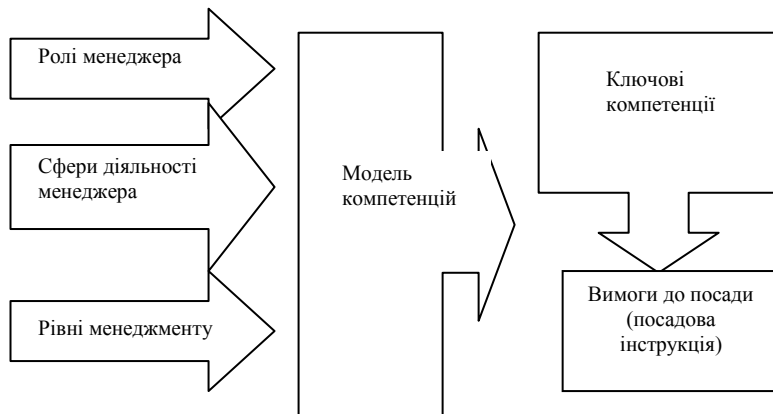


Рисунок 1. Формування моделі компетенції менеджера

А універсальна модель компетенції менеджера згідно цієї концепції представлена у таблиці 1. Зазначимо, що згідно нашого трактування компетентності та компетенції, знання та вміння відносяться до компетентності працівника, а якості, здібності та відносини – до його компетенцій. Відповідно, за цією моделлю можна побудувати компетенції для менеджерів авіапідприємств за умови її розподілу на складові компетентності та компетенції. При цьому до ключових компетенцій, які характеризують найбільш успішного менеджера віднесемо наступні: вміння

мислити стратегічно;цілеспрямованість;результативність;вміння лобювати інтереси авіапідприємства та його підрозділу;відкритість для всього нового;здатність заохочувати і підтримувати ініціативні пропозиції;вміння спланувати діяльність працівників;вміння мотивувати працівників;наявність вузькоспеціалізованих знань і навичок з управління персоналом;вміння організувати і скоординувати роботу;вміння проконтролювати процес виконання роботи;готовність до господарської діяльності;інтелект; лояльність.

Таблиця 1.- Модель компетенцій менеджера

Знання	Вміння	Якості
<ul style="list-style-type: none"> • Знання основ менеджменту • Вузькоспеціалізовані знання • Знання відмінностей культурних, етнічних, індивідуальних цінностей працівників • Знання механізмів впливу на організацію сучасних технологій • Розуміння особливостей впливу зовнішнього і внутрішнього середовища на діяльність організації, відділу • Знання місії, стратегічних цілей і планів організації • Знання основних бізнес-процесів організації • Знання основних корпоративних цінностей 	<ul style="list-style-type: none"> • Вузькоспеціалізовані вміння і навички • Вміння розробляти стратегію організації • Вміння планувати • Вміння приймати рішення • Вміння делегувати повноваження • Вміння адмініструвати • Вміння виступати і проводити презентації • Вміння проводити переговори • Вміння координувати діяльність • Вміння підтримувати ефективні робочі відносини • Вміння застосовувати різноманітні підходи до управління персоналом 	<ul style="list-style-type: none"> • Результативність • Ініціативність • Самостійність • Відкритість • Коректність • Комунікабельність • Конфліктостійкість • Стресостійкість • Самомотивація • Настійливість • Врівноваженість • Зобов'язаність • Акуратність • Гнучкість • Цілеспрямованість • Готовність до господарської діяльності
<p>Здібності</p> <ul style="list-style-type: none"> • Інтелект • Здатність до раціонального планування • Логіко-аналітичні здібності • Здатність приймати рішення • Здатність переносити навантаження • Здатність до сприйняття нових ідей • Здатність слухати • Здатність встановлювати контакт • Адаптивність • Здатність вирішувати конфлікти • Здатність використовувати минулий досвід • Здатність вчитися 	<ul style="list-style-type: none"> • Вміння вичленяти проблеми • Вміння мотивувати • Вміння проводити або ініціювати зміни • Вміння адаптувати стиль керівництва • Вміння представляти організацію або відділ (підрозділ) на зовнішніх заходах • Вміння відстоювати свої рішення • Вміння проводити наради • Вміння проводити дискусії • Вміння проводити аналіз і оцінку роботи працівників • Вміння обробляти інформацію • Вміння працювати в команді 	<p>Відносини</p> <ul style="list-style-type: none"> • Точність • Лояльність • Відповідальність • Рішучість • Працелюбність • Терпимість • Порядність • Професійна честь • Мужність

За умови вдосконалення цієї моделі формування компетенції, її переорієнтації на специфіку роботи рядових працівників, можливе застосування даної моделі і для рядових спеціалістів з персоналу.

Подібною до моделі компетенції, запропонованою О.Ільбіною, є модель компетенцій, яка пропонується групою McBer для працівників сфери соціального забезпечення, оскільки ця сфера в чомусь є подібною до сфери діяльності кадрових підрозділів авіапідприємств. Дана модель представлена в таблиці 2 [6, С.124].

Таблиця 2.- Модель компетенцій, яка пропонується групою McBer для працівників сфери соціального забезпечення

Питома вага	Компетенція
XXXXX	Внесок в комплексну роботу
XXXXX	Навчання інших
XXXX	Взаєморозуміння
XXX	Впевненість в собі
XXX	Самоконтроль
XXX	Здатність ефективно взаємодіяти з іншими (наприклад, точна самооцінка, виявлення інтересу)
XXX	Вміння проводити професійну експертизу
XXX	Робота в групі і співробітництво
XXX	Аналітичне мислення
XX	Концептуальне мислення
XX	Ініціативність
XX	Гнучкість
XX	Настрій/впевненість
„Питома вага” – частота прояву даної здібності у найкращих працівників, які відрізняються від середніх	

Проте дана модель компетенцій є досить обмеженою, бо не охоплює більшість компетенцій, які представлені в попередній моделі, навіть, з врахуванням специфіки сфери соціального забезпечення.

Висновки. Всі професійні експерти з персоналу повинні розуміти, якими компетенціями ми має володіти працівник. Вони повинні вміти оцінювати компетенції, використовуючи спеціальні показники поведінки. Для цього в першу чергу потрібно розробити модель компетенцій працівника.

Наступним етапом після розробки моделі компетенцій працівника має стати правильна оцінка виявлених компетенцій. Це дасть можливість відбирати професіоналів як на позиції спеціалістів, так і на управлінські посади. А це в свою чергу забезпечить додаткові конкурентні переваги самому авіапідприємству.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ильина О. Формирование модели компетенции менеджера. [Текст] – Менеджмент сегодня, №5, 2005.
2. Кэмпбел Д., Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. Стратегический менеджмент: Учебник / Пер. с англ. Н.И. Алмазовой. [Текст] – М.: ООО „Издательство Проспект”, 2003. – 336 с.
3. Макдональд Б. Создание центра оценки. [Текст] – Управление персоналом, № 10 (169), 2007 г.
4. Сысоев И. Моделирование компетенций. [Текст] – Управление персоналом/Отдел кадров, № 3 (118), 2005.
5. Универсальная система показателей: Как достигать результатов, сохраняя ценность / Хьюберт Рамперсад: Пер. с англ. – 3-е изд. [Текст] – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 352 с.
6. Управление деятельностью служащих / Р. Вильямс. [Текст] – СПб.: Питер, 2000. – 302 с.
7. Форсаф П. Развитие и обучение персонала / Пер. с англ., под ред. В.А. Спивака. [Текст] – СПб.: Издательский Дом «Нева», 2003. – 192 с.
8. Хамел Г., Прахалад К.К. Конкурируя за будущее. Создание рынков завтрашнего дня / Пер. с англ. [Текст] – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. – 288 с.
9. Шалина А. Будущее центров оценки. [Текст] – Управление персоналом, № 10 (169), 2007 г.

УДК 336.647/.648

В.М.Парій, О.В. Полоус

РИЗИКИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

У статті наведено аналіз основних методів оцінки міри фінансових ризиків при формуванні та використанні фінансових ресурсів підприємства

Ключові слова: фінансові ризики, ресурси підприємства.

В статье приведен анализ основных методов оценки меры финансовых рисков при формировании и использовании финансовых ресурсов предприятия

Ключевые слова: финансовые риски, ресурсы предприятия.

In the article the analysis of basic methods of estimation of measure of financial risks is resulted at forming and use of financial resources of enterprise.

Key words: financial risks, resources of enterprise.

Постановка проблеми. Поширення тенденцій економічної глобалізації та інформатизації порушує проблему ефективного управління ризиками формування та використання фінансових ресурсів підприємства, яка набуває все більшої актуальності. Це управління грає активну роль в загальній системі управління фінансовими ризиками, забезпечуючи надійне

досягнення цілей фінансової діяльності підприємства. Враховуючи економічну нестабільність розвитку країни, ранню стадію життєвого циклу багатьох створених в останнє десятиріччя підприємств, а, відповідно, і переважно агресивний менталітет їх керівників та фінансових менеджерів, можна констатувати, що ризики, що ними приймаються відрізняються великим різноманіттям та достатньо високим рівнем порівняно з портфелем цих ризиків у підприємств, що функціонують в країнах з розвинутою ринковою економікою. Вдаючись до послуг страховиків, підприємство повинне в першу чергу визначити та оцінити об'єкт страхування – ті види ризиків, за якими воно має намір забезпечити зовнішній страховий захист.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз останніх існуючих джерел та дослідження новітніх публікацій дозволяє визначити існуючу методикою класифікації фінансових ризиків підприємства, сформулювати більш повне та загальне визначення цього поняття. На сьогодні існують праці вітчизняних та російський вчених, які займаються дослідженням питань, що стосуються формування та використання фінансових ресурсів підприємства та фінансових ризиків, що пов'язані з цією діяльністю. До таких авторів відносяться Білоус О.С., Вовк В.М., Федорович Р.В., Бланк І.О., Єрмасова Н.П., а також зарубіжні автори – Перар Ж., Скотт М. та ін.. Але в сучасній літературі не достатньо повно та чітко розглядаються такі теоретичні аспекти управління фінансовими ресурсами, як їх сутність та місце в загальній системі управління підприємством, ціль та завдання цього управління, його специфічні функції та ризики, що пов'язані з цим видом діяльності.

Формулювання цілі статті. Останніми тенденціями в економіці України після різкого спаду, пов'язаного зі світовою економічною кризою є пожвавлення ділової активності, створення нових підприємств та відновлення діяльності деяких вже існуючих. У зв'язку з цим, доцільно буде розглянути основні ризики, що стосуються формування та використання фінансових ресурсів підприємства та ключові методи їх кількісної оцінки.

Виклад основного матеріалу. Діяльність підприємства, яка пов'язана з формуванням та використанням фінансових ресурсів, переплітається з багатьма видами ризиків, ступінь впливу яких на результативні показники цієї діяльності та рівень фінансової безпеки суттєво зростає в умовах нової економіки. Ризики, що супроводжують цю діяльність і регенерують різноманітні фінансові загрози, виділяються в особливу групу фінансових ризиків, що займають одну із найбільш суттєвих позицій в загальному портфелі ризиків.

Основні характеристики, що відображають фінансовий ризик підприємства наведено на рис.1.



Рисунок 1. Основні характеристики фінансового ризику як об'єкта управління

Спираючись на характеристики фінансового ризику можна сформулювати наступне визначення: фінансовий ризик підприємства являє собою результат вибору його власниками або менеджерами альтернативного фінансового рішення, що направлене на досягнення бажаного цільового результату фінансової діяльності при ймовірності отримання економічного збитку (фінансових втрат) в силу невизначеності умов його реалізації [2, 37].

Виходячи із вище зазначеного постає питання – у чому ж полягає зміст процесу управління фінансовими ризиками формування та використання фінансових ресурсів підприємства?

Управління ризиками підприємства являє собою специфічну сферу фінансового менеджменту, яка з початку 90-х років минулого століття виділилась в особливу галузь знань – «ризик менеджмент». [6, 12].

Управління ризиками формування та використання фінансових ресурсів підприємства являє собою систему принципів та методів розробки та реалізації ризикових фінансових рішень, що забезпечують всебічну оцінку різноманітних видів таких фінансових ризиків та нейтралізацію їх можливих негативних фінансових наслідків [1, 44].

Управління ризиками, пов'язаними з формуванням та використанням фінансових ресурсів підприємства здійснюється послідовно за етапами (табл. 1).

Таблиця 1.- Основні етапи процесу управління ризиками формування та використання фінансових ресурсів підприємства[2, 48]

ЕТАПИ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА	
1	Формування інформаційної бази управління ризиками
2	Ідентифікація ризиків
3	Оцінка рівня ризиків
4	Оцінка можливостей зниження вихідного рівня ризиків
5	Встановлення системи критеріїв прийняття ризикових рішень
6	Прийняття ризикових рішень
7	Вибір та реалізація методів нейтралізації можливих негативних наслідків ризиків
8	Моніторинг та контроль ризиків

Безумовно, кожний з етапів має велике значення для загального процесу управління фінансовими ризиками підприємства, але детальніше розглянемо третій етап, а саме – оцінка рівня (міри) ризику. Це пояснюється тим, що питання про методичні принципи оцінки вартості ризику на даний час є одним із найбільш актуальних як у вітчизняному, так і в зарубіжному ризик-менеджменті [5].

Традиційні для практики фінансового ризик-менеджменту методи оцінки міри ризику на основі показника його рівня мають ряд недоліків. До числа основних з таких недоліків відноситься, перш за все, те, що «рівневі» показники ризику не характеризують максимально можливу суму фінансового збитку при настанні ризикової події, а відповідно не дозволяють і страхування від фінансового ризику підприємства у повному його обсязі. Крім того, окремі «рівневі» показники не можуть бути агреговані по портфелю фінансових інструментів, що обертаються на різноманітних видах фінансових ринків (наприклад, на валютному та фондовому), а також за різними інструментами навіть одного виду фінансового ринку (наприклад, опціона та свопа) [3]. Нарешті, використання «рівневих» показників міри фінансового ризику в процесі його контролю на підприємстві являється недостатньо надійним за такими фінансовими інструментами, які чутливі до різних факторів ризику.

У зв'язку з цим в останнє десятиліття отримала значного поширення нова методологія оцінки міри фінансового ризику на основі використання показника «вартості ризику» або «вартості під ризиком» (value-at-risk, VAR) [4, 204]. Початок впровадження цієї нової методології оцінки міри ризику в

практику пов'язується з директивою Європейської Ради від 1993 року (ЕЕС-6-93).

Розглянемо основний зміст концепції та методичний інструментарій оцінки міри фінансового ризику на основі показника VAR.

«Вартість під ризиком» (VAR) являє собою показник статистичної оцінки вираженого в грошовій формі максимально можливого розміру фінансових втрат при встановленому виді розподілу ймовірності факторів, що впливають на вартість активів (інструментів), а також заданому рівні ймовірності виникнення цих втрат протягом розрахункового періоду часу [4, 205].

Із приведеного визначення видно, що основу методології розрахунку показника «вартості під ризиком» (VAR) складають три основних елемента.

Одним з таких елементів являється встановлений ризик-менеджером вид розподілу ймовірності ризикових факторів, що впливають на вартість активів (інструментів) або їх сукупного портфелю. Такими видами можуть бути нормальний розподіл, розподіл Лапласа, Ст'юдента та інші.

Другим елементом, який використовується в статистичній моделі визначення показниками «вартості під ризиком» VAR є рівень ймовірності того, що максимально можливий розмір фінансових втрат не перевищить розрахункове значення цього показника. В термінології фінансового ризик-менеджменту така задана ймовірність характеризується терміном довірчий рівень (confidence level) (95-99%).

Нарешті, третім елементом моделі, що визначає показник «вартості ризику» VAR є розрахунковий період часу його оцінки (або конкретний часовий горизонт в рамках якого оцінюються майбутні можливі фінансові втрати), що встановлюється ризик-менеджером. В термінології фінансового ризик-менеджменту такий відрізок часу характеризується терміном «період підтримання позицій» (holding period).

Наочне уявлення про формування показника VAR з урахуванням розглянутих трьох елементів розрахункової моделі дає наступний графік (рис.2) [7, 123].

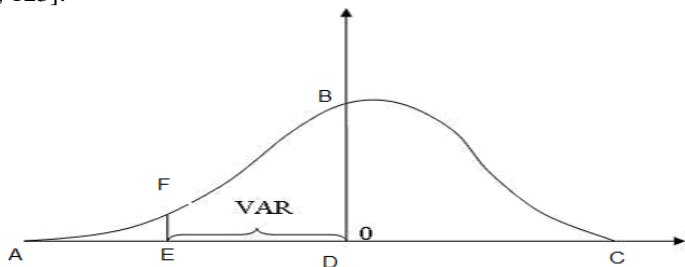


Рисунок 2. Графічний метод визначення показника «вартість під ризиком» (var)

Як видно із приведеного графіка, крива ABC ілюструє нормальний вид розподілу ймовірностей прибутку та збитків за фінансовим інструментом, який розглядається в заданому розрахунковому періоді часу. Виділене поле всередині цього графіка (EFBC) відповідає вибраному довірчому рівню (95% площі під кривою), а відокремлене поле (AFE) – характеризує значення можливих збитків, що виходять за рамки довірчого рівня (95%). Сучасний методичний інструментарій оцінки «вартості під ризиком» VAR використовує ряд методів конкретних розрахунків цього показника. Основними з цих методів є наступні:

1. Аналітичний (або параметричний) метод. Він виходить з припущення про нормальний розподіл ймовірностей факторів ризику, що розглядаються і вимагає в процесі побудови моделі розрахунку VAR тільки оцінки параметрів цього розподілу. Після такої оцінки, заснованої на результатах статистичного дослідження, обчислення показника VAR здійснюється шляхом множення отриманих стандартних відхилень на розрахований коефіцієнт, що відповідає вибраному довірчому рівню (система таких коефіцієнтів для кожного довірчого рівня визначена математичним шляхом та представлена у вигляді певної таблиці обчислень). [6, 130].

2. Метод історичного моделювання (чи моделювання по історичним даним). Цей метод дозволяє оцінювати вартість фінансового ризику за рамками нормального розподілу ймовірностей факторів ризику, що розглядаються, але припускає наявність великої статистичної бази даних по кожному з цих факторів. Він заснований на припущенні про стаціонарність коливань кон'юнктури фінансового ринків і генерованих ними факторів ризику, тобто виходить з того, що на протязі періоду, що розглядається підтриманню позиції коливання кон'юнктури ринку будуть притаманні ті ж закономірності, що і в минулому (історичному) періоді. [6, 135].

3. Метод імітаційного моделювання (або метод Монте-Карло). В основі цього методу лежить багатократна (така, що при достатності комп'ютерних ресурсів доходить до десятків тисяч варіантів) імітація умов генерування факторів ризику і їх відображення на зміні вартості окремих фінансових інструментів або їх сукупного портфеля. Така імітація носить випадковий характер, але в межах заданих параметрів. [6, 142].

Серед інших методів оцінки вартості під ризиком (VAR), що використовуються в останні роки в практиці фінансового ризик-менеджменту, слід виділити також метод аналізу сценаріїв, метод дерева ймовірностей і деякі інші методи.

Підводячи підсумки слід відмітити, що оцінка вартості фінансових ризиків на основі методології розрахунку показника VAR дозволяє не тільки повніше визначити міру цих ризиків при управлінні фінансовими ресурсами, але й використати її для нейтралізації та контролю цих ризиків на підприємстві.

Висновки. Таким чином, можна підсумувати все вище сказане висловлюванням про те, що управління формуванням та використанням фінансових ресурсів підприємства знаходиться під впливом багатьох факторів, які, у свою чергу, ведуть до появи різних видів фінансових ризиків. Вибір конкретних методів оцінки міри фінансового ризику повинен залежати від конкретного виду ризику; повноти та достовірності інформаційної бази, сформованої для оцінки рівня ймовірності появи ризику або сукупності ризиків; рівня кваліфікації ризик-менеджерів, що здійснюють оцінку; технічної та програмної забезпеченості ризик-менеджерів, можливості використання сучасних комп'ютерних технологій при проведенні такої оцінки; можливості залучення до оцінки складних ризиків кваліфікованих експертів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Білоус О.С., Вовк В.М., Федорович Р.В. Аналіз формування та використання фінансових ресурсів підприємства: методологічний аспект.[Текст] – Тернопіль: Астон, 2005.
2. Бланк І.А. Управление финансовыми рисками. [Текст] – К.: Эльга, Ника-Центр, 2005.
3. Грищенко Ю.И. Организация и управление денежными потоками/[Електроннийресурс].–Режим доступу: <http://www.cfin.ru/management/finance/plan.shtml>
4. Ермасова Н.П. Риск-менеджмент организации. [Текст] – М.: Альфа-Пресс, 2005.
5. Тонких А.С. Моделирование результативного управления финансами./[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cfin.ru/management/finance/modeling_of_effective_management.shtml
6. Энциклопедия финансового риск-менеджмента [Текст]/ Под ред. А.А. Лобанова и А.В. Чугуева. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
7. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами.[Текст] – М: Омега-Л, 2010.

УДК 330.342.22

Прохорова В.В.

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ З УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено особливості формування механізму прийняття рішень з управління економічним розвитком підприємств.

Ключові слова: прийняття рішень, підприємство.

В статье исследованы особенности формирования механизма принятия решений из управления экономическим развитием предприятий.

Ключевые слова: принятие решений.

Investigational problem of forming of the proper mechanism of management, orientated simultaneously as on achievement of strategic aims of development so in support stability of functioning.

Keywords: decision making, enterprise

Постановка проблеми. Сьогодення вимагає від керівників вищої ланки управління застосування передових прийомів і методів стратегічного управління, тобто прийняття рішень з управління економічним розвитком як його результату, з високою точністю і ефективністю. Це вимагає більш глибокого дослідження процесу прийняття рішень, оскільки Україна перейшла до нової форми економічних відношень і вони потребують не тільки розгляду методологічних аспектів прийняття рішень в процесі розвитку підприємства, а і розгляду їх особливостей і створення організаційно-економічного механізму їх прийняття.

Аналіз останніх публікацій. Сучасна економічна література не відповідає вимогам сьогодення оскільки, основний акцент зроблено на вивчення управлінських рішень, а дослідження саме механізму прийняття рішень на довгостроковій основі в аспекті управління економічним розвитком підприємств, на теперішній час є недостатніми. Проблематикою формування механізму прийняття рішень з управління економічним розвитком підприємств займались проведені вчені – економісти, а саме: О. В. Раєвнева [1], Н. И. Иванов [5], А.Кульман [6], Г. Р. Латфуллин [7], А. В. Райченко [7], П. А. Медведев [8], Л. И. Абалкин [10], Е. Г. Ясин [11], В. Н.Бурков [12], Д. А. Новиков [12], М. И. Круглов [13], В. С. Пономаренко [14], О. М. Ястремська [14], А. Л. Гапоненко [15], А. П. Панкрухин [15], О. І. Пушкар [16], О. М. Тридід [16], А. А. Беляєв [18], Є. М. Коротков [18], Е. П. Голубков [19], Костирко Л. А. [20], Мескон М. [21], Афанасьев М. В. [22], Рогожин В. Д. [22].

Метою статті є дослідження особливостей формування механізму прийняття рішень з управління економічним розвитком підприємств.

Виклад основного матеріалу. Методологія будь-якого дослідження включає чотири основні компоненти – проблему, підхід до дослідження виниклої проблеми, парадигму дослідження у вигляді сукупності концептуальних положень і принципів та механізми дослідження. Особливе місце серед даних компонентів займають механізми, оскільки саме за їх допомогою здійснюється зв'язок теоретичних розробок дослідника з практикою діяльності господарюючих суб'єктів, у результаті чого дослідження набувають характеру теоретико - прикладних розробок. По суті, механізми виступають каналами дифузії теоретичної економічної думки в практику життєдіяльності підприємств [1].

Поняття «механізм» буквально означає «систему взаємозалежних рухомих або нерухомих деталей, призначених для здійснення визначених доцільних рухів» [2] або «внутрішню будову машини, приладу, апарата, що приводить їх у дію» [3, 4]. Такий зміст даного терміну припускає механічну поведінку об'єкта, тобто свідомо не регульовану. Більш широкий зміст дане поняття набуло у практиці економічних досліджень. Починаючи з 70-х років ХХ століття, у рамках трансформування форм, методів, підходів до дослідження процесів

функціонування і розвитку підприємств, поняття «механізм» в основному використовувалося в поєднанні з термінами економічний, господарський, організаційний і т. ін. [5, 6, 7, 8, 9, 10, 11], тобто асоціювалося з управлінням. Оскільки процес управління базується на існуванні зворотного зв'язку і, отже, можливості здійснення регулюючих впливів, то зміст механізму управління будь-якої соціально-економічної системи або процесу припускає його напівавтоматичний (або автоматичний) характер стосовно процесів і явищ, що ним формалізуються.

Критичний аналіз існуючих трактувань поняття «механізм управління» дозволив зробити висновок про існування великого їх розмаїття. Так, у роботі [12] під механізмом управління розуміється сукупність процедур прийняття управлінських рішень; у роботі [13] комплексний механізм управління являє собою сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових способів цілеспрямованої взаємодії суб'єктів господарювання і вплив на їх діяльність, що забезпечують узгодження інтересів взаємодіючих сторін, об'єктів і суб'єктів управління; автори [14] під механізмом управління підприємством розуміють сукупність форм, структур, методів і засобів управління, об'єднаних спільністю мети, за допомогою яких здійснюються ув'язування й узгодження суспільних, групових і приватних інтересів, забезпечуються функціонування і розвиток підприємства як соціально-економічної системи; у роботі [15] механізм управління розглядається як сукупність засобів і методів управління, зчеплення, яке визначає можливість цілеспрямованого руху системи; автор під фінансовим механізмом управління розвитком регіону розуміє сукупність форм організації фінансових відносин, способів утворення фондів фінансових ресурсів і їхнього використання з метою досягнення необхідних умов економічного і соціального розвитку регіону відповідно до потреб, що постійно змінюються; дослідники [16] відзначають, що під організаційно-економічним механізмом формування і реалізації фінансової стратегії розвитку підприємства розуміється спосіб стратегічного управління фінансовими ресурсами, що включає множину функцій управління, форми і методи реалізації цих функцій, взаємозв'язки функцій і організаційну структуру управління і т. ін.

Організаційна складова механізму управління економічним розвитком забезпечує сполучення й взаємодію елементів цих систем. Сам процес взаємодії є результатом застосування відповідних методів, способів, прийомів і важелів впливу, стимулів виробництва, а також виявлення різних мотивів діяльності й суспільних інтересів. Це відображають соціальна й економічна складова механізму економічного розвитку підприємства [17, с.54].

Як відзначають Г.Л. Таукач і В.П. Дубоніс [17, с.53] механізм управління характеризується сукупністю взаємозв'язків між всіма

елементами виробництва, способів постановки цілей, їхнього досягнення в процесі керуючого впливу. Він виражає динамічний стан системи управління, обумовлюючи ступінь її рухливості, сприйнятливості до умов виробництва, що змінюються. Механізм управління створюють і цілеспрямовано змінюють люди. Вони визначають всю сукупність цілей, функцій, форм, методів, важелів і стимулів виробництва для досягнення його ефективності в сформованих умовах.

Сукупність зв'язків і взаємодій виробничих й управлінських процесів, що відбуваються на підприємствах, представляють відповідно механізм розвитку виробництва й механізм управління розвитком. Будь-який розвиток або вдосконалювання виробничих процесів повинні спричинити розвиток процесів управління. Таким чином, одним з найважливіших завдань виступає необхідність забезпечення оптимального співвідношення між розвитком управління й розвитком виробництва. При цьому необхідно враховувати, що процеси розвитку циклічні. Отже зміна, точніше зростання складності відбувається за логістичною кривою.

Процес управління економічним розвитком припускає знаходження певної залежності між рівнем розмаїтості об'єкта й рівнем розмаїтості суб'єкта управління. Як відзначають А.А. Беляєв й Е.М. Коротков, стосовно до соціально-економічних організацій розмаїтість керуючої системи завжди менше розмаїтості об'єкта управління з погляду інформаційної «ємності». Керуюча система бідніше того реального об'єкта, що вона покликана впорядковувати, і тільки в ідеальному випадку може детально контролювати його поведіння. Найчастіше повний контроль причин й умов протікання процесів розвитку практично недосяжний [18, с.62].

Сучасний рівень розвитку ринкових відносин жадає від особи що приймає рішення не тільки наявності досвіду й інтуїції в області управління, теоретичних знань у ряді специфічних наук, але і їхнього практичного застосування до проблем підготовки, прийняття і реалізації управлінських рішень.

Нині питанням подальшої розробки і розвитку теорії прийняття рішень займаються економісти, юристи, філософи, кібернетики, математики, соціологи, психологи та ін. Окремі з них розглядають теорію прийняття рішень у сфері менеджменту як самостійну наукову дисципліну. Існують також і інші трактування теорії прийняття рішень. У вузькому розумінні — це статистична теорія, в якій розробляється чіткий апарат вибору найкращого з певної кількості альтернативних рішень в умовах невизначеності і ризику. Нерідко теорія прийняття рішень розглядається як сукупність формальних прийомів оптимізації рішень.

За більш широким тлумаченням В.Г.Шоріна, теорія прийняття рішень включає дослідження операцій, математичний аналіз, моделювання, а також евристичні методи обґрунтування рішень і теорію ігор. Тобто рішення

у сфері управління являє собою процес, який реалізується суб'єктом управління і визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в даній фактичній чи запроєктованій ситуації. Таке рішення в широкому значенні розглядається як акт реалізації влади з вибором способу дій у конкретній ситуації. Рішенням визначається, хто і що має здійснити, в які строки, з якими затратами праці і коштів, в якому порядку, при якому розподілі обов'язків, прав і відповідальності, за якої організації контролю, яких результатів слід очікувати.

Потреба у прийнятті рішення виникає у зв'язку з обставинами зовнішніми (наказ вищої організації, регулювання взаємовідносин з кооперованими підприємствами та організаціями) і внутрішніми (відхилення від заданих параметрів виробництва, виникнення вузьких місць, виявлення резервів, порушення трудової дисципліни, заохочення працівників і т. ін.). Рішення є відповідною реакцією на внутрішні й зовнішні впливи, вони спрямовані на розв'язання проблем і максимальне наближення до заданої цілі.

При детальному розгляді змісту теорії прийняття рішень її складовими слід вважати питання технології розробки рішень (організації, послідовності робіт при розробці рішень), інформаційне забезпечення процесу підготовки рішень, основи логіки мислення і пізнання), основи психології (усвідомлення та ідентифікація проблеми, генерування альтернативних рішень), якісну оцінку та кількісне обґрунтування рішень, раціональне поєднання логічних і математичних методів у процесі розробки рішень, питання механізації й автоматизації розрахунків та процесів розробки рішень у цілому.

Останнім часом науковцями велика увага приділяється системному аналізу і підходу до розробки рішень, створенню прикладних моделей і методик. Системний аналіз ґрунтується на дедукції, що передбачає аналіз складних систем як єдиного цілого. При цьому на перший план висуваються не стільки математичні, формалізовані методи, скільки сама логіка системного аналізу, упорядкування процедури прийняття рішень.

У практиці сучасного менеджменту почали застосовуватися нові прийоми кількісного аналізу («дерево» прийняття рішень, оцінка можливостей), а також евристичні методи, що ґрунтуються на використанні неповної інформації (знань) і екстраполяванні її на об'єкт, що вивчається. Новим напрямом в американській теорії управління є «школа прийняття рішень» на стику теорії організації, економіки, соціології і моделювання організаційних систем.

Основні закони, які необхідно враховувати при розробці управлінських рішень - це загальні закони, що визначають поведінку людини, закони зв'язку з зовнішнім середовищем, соціально-психологічні і біопсихічні закони. Оскільки при прийнятті рішень керівник як людина і

біосоціальна самокерована система знаходиться під впливом законів природи, синергетичний ефект яких без їхнього знання може привести не завжди до позитивних наслідків.

На думку Голубкова Е.П. [19, с. 3 - 18] прийняття стратегічних управлінських рішень як вид розумової діяльності і прояв волі людини характеризується наступними ознаками: можливість вибору з безлічі альтернативних варіантів: якщо немає альтернатив, то немає вибору і, отже, немає і рішення; наявність мети: безцільний вибір не розглядається як рішення; необхідність вольового акта особи, що приймає рішення при виборі його, тому що вона формує рішення через боротьбу мотивів і думок.

При цьому акцент робиться на практичну реалізацію наступних принципів підготовки і прийняття рішень: орієнтація на кінцеві результати, задоволення потреб споживачів, реалізація концепцій маркетингу; виявлення й аналіз декількох варіантів рішення; сполучення кількісних і якісних методів підготовки рішень; облік імовірного характеру соціально-економічних явищ; комплексна оцінка ефективності прийнятих рішень; використання сучасних обчислювальних засобів; раціональне використання праці осіб, які приймають рішення і системних аналітиків.

До стратегічних рішень, як і до управлінських рішень у цілому, пред'являється ряд вимог, що впливають із принципів управління, законів і правил їхнього використання, а саме: своєчасність, наявність механізму реалізації, оптимальність, ефективність, можливість бути реалізованими, гнучкість, можливість контролю виконання; оригінальність і несподіванка, обґрунтованість, зрозумілість, економічність.

Костирко Л.А. [20, с. 142] виділяє ще дві вимоги: правову основу – рішення повинне відповідати нормам фінансового, адміністративного і кримінального права; конструктивність – застосування інноваційного підходу до розробки управлінських рішень. Мескон М. [21, с. 76], у свою чергу, затверджує, що основною вимогою є наявність адекватної інформації, а єдиним способом одержання такої – комунікація.

При цьому слід розрізнити поняття «рост» і «розвиток». У першому випадку йде про процес розширення масштабів діяльності при збереженні міри ефективності такої діяльності. Процес розвитку, напрооти, безпосередньо зв'язаний зі зростанням міри ефективності. Таким чином, про розвиток можна говорити там, де, унаслідок поліпшення виробничих або бізнес-процесів або управління ними, досягнуть якісний або кількісний приріст корисного результату процесу в порівнянні з колишнім рівнем або рівнем, досягнутим на інших виробництвах. Розрізняють [22, с. 27]: прогресивний розвиток – як перехід до більш високих рівнів якісного стану – і регресивний (деградацію) – зниження рівня, наприклад, життя, суспільних відносин, виробничого потенціалу; еволюційний розвиток, що супроводжується плавним, поступовим розвитком характеристик, і революційний

(радикальне), зв'язане з різким, часто стрибкоподібним переходом з одного стану в інше.

Останнім часом «розвиток» прийнято розглядати в наступних формах: ринковий розвиток, відображає процес розширення кола споживачів, клієнтури; організаційний розвиток, відображає процес розвитку індивідуума, групи, сфери відповідальності, системи керування і т.д.; діловий розвиток – це спрямування ресурсів туди, де вони забезпечать максимальну конкурентоздатність протягом максимально великого проміжку часу. Ці форми знаходяться в постійному взаємозв'язку і доповнюють одна одну.

Основними чинниками розвитку підприємства є: 1). зовнішні: демографія, стан культури, форми державного регулювання бізнесу, розвиток науки і техніки, рівень безробіття, політична стабільність, природне середовище, фінансова, кредитна і податкова політики, рівень інфляції, вимоги по захисту зовнішнього середовища, рівень доходів населення, засоби по захисту вітчизняних товаровиробників, фінансовий стан підприємств-боржників, інші чинники; 2). внутрішні: підприємницькі здібності; місія, мета, стратегія, принципи підприємства; традиції підприємства; організація маркетингу; рівень витрат; фінансовий облік; виробничий потенціал; кваліфікація кадрів; управлінський потенціал; організація праці й виробництва; стимулювання праці.

Наукова обґрунтованість, оптимальність й економічна ефективність прийняття рішень з управління розвитком підприємств взагалі залежить від ступеня досконалості методів, що використовувались при розробці і реалізації рішень. Всі методи прийняття стратегічних рішень можна об'єднати в три групи: неформальні (евристичні), колективні, кількісні.

У залежності від типу математичних функцій, покладених в основу моделей прийняття рішень з управління розвитком підприємств, розрізняють: лінійне моделювання (використовуються лінійні залежності); динамічне програмування (дозволяє вводити додаткові перемінні в процесі рішення задач); ймовірні і статистичні моделі (реалізуються в методах теорії масового обслуговування); теорію ігор (моделювання таких ситуацій, ухвалення рішення в яких повинно враховувати розбіжність інтересів різних підрозділів); імітаційні моделі (дозволяють експериментально перевірити реалізацію рішень, змінити вихідні передумови, уточнити вимоги до них).

Вибір методів для обґрунтування конкретних управлінських рішень повинний включати: аналіз управлінської задачі з погляду її змісту, можливості формалізації; вибір складу методів для пошуку оптимального варіанта рішення; визначення правил і умов застосування обраних методів. У кожному конкретному випадку пріоритетної є одна група методів, на вибір якої впливають: масштаби розв'язуваних задач (глобальні або локальні); довгостроковість (оперативні, тактичні, стратегічні) рішень; умови прийняття рішень (визначеності, невизначеності, ризику).

У зміст методів аналізу й обґрунтування стратегічних управлінських рішень включають: аналітичні, статистичні і математичні методи обґрунтування управлінських рішень в економічній сфері; методи прогнозування і передбачення; евристичні (неформальні) методи обґрунтування і прийняття рішень; метод сценаріїв; метод дерева рішень; метод математичного програмування; ділові ігри; матричний метод; багатопланові аналітичні методи.

Механізм процесу розробки і прийняття рішення по управлінню економічним розвитком підприємств включає наступні складові: визначення цілі; визначення і прогнозування розвитку ситуації; формулювання проблем; вивчення обмежень; вибір стратегії; вибір методу вирішення проблем; пошук альтернатив; визначення критеріїв; оцінка рішень; вибір кращого варіанта; узгодження рішення; прийняття рішення; організація виконання рішення. На підставі аналізу процедур менеджменту можна побудувати модель процесу розробки рішень по управлінню економічним розвитком підприємств, що відображає послідовність здійснення основних груп операцій, пов'язаних і прийняттям і реалізацією управлінських рішень. Ця модель включає: вибір цілі (цілей); оцінку ситуації і формування проблем; вибір критеріїв визначеності ефективності рішення; пошук і розробку можливих варіантів дій (альтернатив); оцінку альтернатив; вибір (відбір) одного, найбільш ефективного варіанта дій; реалізацію рішень і оцінку ступеня досягнення поставлених цілей.

Варіанти розроблених рішень оцінюють за очікуваними економічними результатами, значущістю, оперативністю, небезпечністю зриву і рівнем ризику в ситуаціях, коли результати не можна визначити вірогідно, надійністю окремих варіантів. Крім того, для оцінки альтернатив використовують різноманітні нормативи, оформлені у вигляді правил, процедур, регламенту, стандартів, а також моделі різного типу; включаючи аналогове моделювання.

Висновок. Під якістю управлінських рішень варто розуміти ступінь його відповідності характеру задач функціонування і розвитку виробничих систем. Інакше кажучи, у якому ступені управлінське рішення забезпечує подальші шляхи економічного розвитку підприємств в умовах формування ринкових відносин. Фактори, що визначають якість і ефективність управлінських рішень, можуть класифікуватися по різних ознаках - як фактори внутрішньої природи (зв'язані з керуючою і керованою системами), так і зовнішні фактори (вплив навколишнього середовища).

Управлінські рішення з економічного розвитку підприємств повинні спиратися на об'єктивні закони і закономірності суспільного розвитку. З іншого боку, управлінські рішення істотно залежать від безлічі суб'єктивних факторів - логіки розробки рішень, якості оцінки ситуації, структуризації задач і проблем, визначеного рівня культури керування, механізму реалізації рішень, виконавської дисципліни і т.п.

Виходячи з вищезазначеного методологічні аспекти прийняття рішень з управління економічним розвитком підприємств складаються з: 1) визначення стратегічного рішення; 2) розгляду економічних законів функціонування в ринкових умовах, законів організації, загальних законів

поводження людини при прийнятті рішень що впливають на їх ефективність і оптимальність; 3) об'єкту управлінського впливу; 4) наукових підходів і методів прийняття стратегічних рішень; 5) ознак, вимог і відмінностей рішень; 6) принципів підготовки і прийняття рішення. Подальше дослідження повинно бути спрямоване на вивчення характерних особливостей управлінських рішень, а саме, їх іноваційність, спрямованість на перспективні цілі підприємства, самостійність процедури їх формування, невизначеність їх природи, суб'єктивність, необратимість й довгостроковість наслідків; розгляд етапів процесу їх прийняття та роль людини в управлінні економічним розвитком підприємств.

ЛІТЕРАТУРА

1. О. В. Раевнева. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: Монографія. - Х.:ВД «ІНЖЕК», 2006.- 496 с. Укр. мова
2. Энциклопедический словарь / Под ред. Б. А. Введенского, т. 2. – М.: Сов. энциклопедия, 1964. – 736 с.
3. Ожегов С. И. Словарь русского языка. – 19-е изд., испр. – М.: Рус. Яз., 1987. – 750 с.
4. Ожегов С. И., Шведов И. Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азбуковник, 1998. – 944 с.
5. Иванов Н. И. Проблемы формирования инвестиционной деятельности // Инвестиции: ресурсы, механизм стимулирования. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 1997. – С. 4-22.
6. Кульман А. Экономические механизмы: Пер. с франц. – М.: Прогресс, 1999. – 180 с.
7. Латфуллин Г. Р., Райченко А. В. Теория организации: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2004. – 396 с.
8. Медведев П. А. Экономико - математические методы в прикладных исследованиях и хозяйственный механизм. – М.: МГУ, 1982. – 112 с.
9. Управление социалистическим производством (Организация. Экономика): Словарь / Под ред. О. В. Козловой. – М.: Экономика, 1983. – 336 с.
10. Экономическая энциклопедия / Гл. Ред.. Л. И. Абалкин. – М.: ОАО «Изд-во «Экономика», 1999. – 104 с.
11. Ясин Е. Г. Хозяйственный механизм и радикальная реформа. – М.: Экономика, 1989. – 320 с.
12. Бурков В. Н., Новиков Д. А. Как управлять организациями. – М.: Синтез, 2004. – 400 с.
13. Круглов М. И. Стратегическое управление компанией: Учеб. Для вузов. – М.: Рус. делов. лит., 1998. – 768 с.
14. Пономаренко В. С., Ястремская Е. Н., и др. Механизм управления предприятием: стратегический аспект. – Харьков: ХГЭУ, 2002 с. – 252 с.
15. Теория управления: Учебник / Под общ. Ред. А. Л. Гапоненко, А. П. Панкрухина. – М.: Изд-во РАГС, 2003. – 558 с.
16. Путятин Ю. А., Пушкарь А.И., Тридед А. И. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятием. – Харьков: Основа, 1999. – 488
17. Основы управления социалистическим производством: Учебник/ Под ред. Г.Л. Таукача и В.П.Дубоноса. – К.: Выща шк. Головное из-во, 1989. – 303 с.
18. Беляев А.А., Коротков Э.М. Системология организации: Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Э.М.Короткова. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 182 с.
19. Голубков Е.П. Яке прийняти рішення?(Практикум господарника).– М.:Економіка. 1990.–189с.
20. Костирко Л.А. Стратегія фінансово-економічної діяльності

господарюючого суб'єкта: методологія й організація. Монографія.–Луганськ: СНУ ім.В.Даля, 2002.–560с.: табл.143, іл.129, бібліогр.400 назв.

21. Мескон М. і ін. Основи менеджменту. – М. Справа, 1994.

22. Афанасьев Н.В., Рогожин В.Д., Рудыка В.И. Управление развитием предприятия: Монография. – Х.: Издательский Дом "ИНЖЭК", 2003. – 184с. Русск. яз.

УДК 519. 872: 656.072

Божанова О.В.

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

В статті проведено кореляційно – регресійний аналіз інтегральних оцінок функціональних складових економічного потенціалу підприємств.

Ключові слова: економічний потенціал підприємства.

В статье проведен корреляционно - регрессионный анализ интегральных оценок функциональных составляющих экономического потенциала предприятия.

Ключевые слова: экономический потенциал предприятия.

In article it is spent корреляционно - регрессионный the analysis of integrated estimations of functional components of economic potential of the enterprise.

Key words: economic potential of the enterprise.

Постановка проблеми Сучасна економіка України вимагає від суб'єктів господарювання компетентних дій, щодо управління їх діяльністю. В сучасних економічних умовах які склалися на сьогодні в країні важливим в управлінні підприємством є управління його економічним потенціалом. Оцінка економічного потенціалу дозволить виявити: ступень залучення економічних ресурсів в господарському обороті; міру використання активної частини економічного потенціалу; ефективність засобів, вкладених у формування і розвиток економічного потенціалу. Управління завжди здійснюється з метою досягнення довгострокових стратегічних цілей або цілей, розрахованих на короткий період часу. Реалізація цілей будь-якого організаційного формування забезпечується шляхом прийняття і виконання численних рішень, від якості яких значною мірою залежить ефективність використання землі, праці і капіталу. Своєчасно прийняте науково обгрунтоване рішення стимулює виробництво. Рішення слабке, прийняте передчасно або із запізненням, знижує результативність праці колективу чи окремих виконавців.

Аналіз останніх досліджень. Питання, що пов'язані з оцінкою та аналізом економічного потенціалу промислового підприємства, розглядаються в працях зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як: Ареф'єва О.В.[1], Коренков О.В.[1], Воронкова А. Э. [2], Лапін Є. В. [3], Малярець Л. М. [4, 6], Отенко І.П. [4, 5,6,7], Сошнікова Л. А. [8], Федонін О. С. [9].

Разом з тим багатогранність проблеми та різноманітність чинників, що впливають на розвиток економічного потенціалу підприємств залізничного

транспортного машинобудування та прийняття управлінського рішення з метою ефективного використання наявного потенціалу залишають поле для подальших досліджень.

Метою статті є удосконалення методичних аспектів прийняття рішень в процесі управління економічним потенціалом підприємств на основі аналізу та інтегральної оцінки функціональних складових економічного потенціалу та загального інтегрального показника економічного потенціалу підприємств залізничного транспортного машинобудування .

Вклад основного матеріалу. Для створення надійної системи управління економічним потенціалом підприємства необхідно застосовувати комплекс підходів прогнозування рівня економічного потенціалу. Від результатів цих підходів багато в чому залежить те, які рішення будуть ухвалені в цій області, яким чином буде сформовано економічний потенціал. Перш ніж ухвалювати рішення, розробляти концепцію, складати систему планів і т.д., необхідно об'єктивно оцінити ситуацію, в якій знаходиться підприємство.

Один з найважливіших напрямків програми реформ у нашій країні – перебудова систем управління підприємством. Особливе значення ця проблема набуває на рівні тих підприємств, місце яких у ринковій економіці повністю змінюється. Коли підприємство стає економічно самостійним об'єктом товарно-грошових відносин, що повністю відповідає за результати своєї господарської діяльності, воно повинно сформувати систему на управління (менеджменту), яка б забезпечила йому високу ефективність роботи, конкурентоздатність та стійкість положення на ринку. В нових умовах з'являються нові функції, які раніше були не потрібні. В ринковій економіці підприємство самостійно приймає рішення, розробляє стратегію свого розвитку, знаходить потрібні для їх реалізації засоби, наймає працівників, придбає обладнання та матеріали, вирішує багато структурних питань, в тому числі таких, як створення, злиття, ліквідація, розподіл, реорганізація виробничої та перебудова організаційної структури управління. Підприємства набувають рис самостійності, які характерні для умов ринкової економіки. Це вимагає значного розширення сфери управління, збільшення обсягу та ускладнення характеру робіт, що виконуються менеджерами. Також зростає відповідальність за якість та своєчасність прийняття тих чи інших рішень. Науково-технічний прогрес перетворюється на потужний засіб управлінських нововведень, направлених на створення умов для ефективної роботи. У зв'язку з цим, менеджмент на підприємстві, що працює у ринковому середовищі, ставить високі вимоги щодо професіоналізму управлінського персоналу, від якого залежить ефективність процесу управління, а отже й ефективність діяльності всього підприємства. Оцінка управлінського персоналу - це невід'ємна та одна з найважливіших частин в структурі управління роботою управлінського персоналу. Вона представляє

собою певну систему, яка має досить складну структуру та дозволяє виконувати регулятивну функцію по відношенню до діяльності управлінських працівників та керівників, що оцінюються.

В економічних дослідженнях часто вирішують завдання виявлення факторів, що визначають рівень і динаміку економічного процесу. Таке завдання найчастіше вирішується методами кореляційного й регресійного аналізу. Для достовірного відображення об'єктивно існуючих і економіці процесів необхідно виявити істотні взаємозв'язки й не тільки виявити, але й дати їм кількісну оцінку. Цей підхід вимагає розкриття причинних залежностей. Основними завданнями кореляційного аналізу є оцінка сили зв'язку. Не всі фактори, що впливають на економічні процеси, є випадковими величинами, тому при аналізі економічних явищ звичайно розглядаються зв'язки між випадковими й не випадковими величинами. Дослідження впливу показників діяльності підприємств на інтегральну оцінку економічного потенціалу та визначення рівня функціональних складових економічного потенціалу підприємства на основі інтегрованої моделі.

Об'єктами дослідження є дев'ять підприємств залізничного транспортного машинобудування України: ТОВ «Харківський вагонобудівний завод», ВАТ «Дніпропетровський з ремонту та будівництва пасажирських вагонів», ВАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Січневого повстання 1918 року», ВАТ «Конотопський завод по ремонту дизель потягів», ВАТ «Крюковський вагонобудівний завод», ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод», ВАТ «Дизельмаш», ВАТ «Дарницький вагоноремонтний завод», ВАТ «Дніпровагонмаш». В таблиці 1 наведено опис показників кореляційно - регресійної моделі.

Таблиця 1. - Показники кореляційно - регресійної моделі.

Назва показника	Значення
Інтегральний показник виробничого потенціалу	X1
Інтегральний показник фінансового потенціалу	X2
Інтегральний показник кадрового потенціалу	X3
Інтегральний показник управлінського потенціалу	X4
Інтегральний показник маркетингового потенціалу	X5

В наступній таблиці. 2 наведено результати побудови кореляційно-регресійної моделі для підприємств залізничного транспортного машинобудування за 2003-2009 рік.

Таблиця 2.-Результати побудови кореляційно – регресійної моделі для підприємств залізничного транспортного машинобудування

Рівняння регресії	Коефіцієнт множинної кореляції R	Коефіцієнт детермінації R ²	Нормований R - квадрат	Критерій Фішера F	Похибка апроксимації
ТОВ «Харківський вагонобудівний завод					
$Y = 0,23423 + 0,19920X_1 - 0,09274X_2 + 0,20549X_3 + 0,19647X_4 + 0,20118X_5$	0,892	0,79 7	0,730	11,85	0,0175
ВАТ «Дніпропетровський завод з ремонту та будівництва пасажирських вагонів»					
$Y = 0,01504 + 0,20072X_1 + 0,19933X_2 + 0,16843X_3 + 0,19023X_4 + 0,22051X_5$	0,755	0,67 8	0,664	14,06	0,0201
ВАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім.. Січневого повстання 1918 року»					
$Y = 6,48581 + 0,019484X_1 - 0,84799X_2 + 0,76462X_3 - 0,21865X_4 - 7,58131X_5$	0,836	0,72 7	0,544	10,02	0,0176
ВАТ «Конотопський завод по ремонту дизель потягів»					
$Y = -0,00798 + 0,192X_1 + 0,20987X_2 + 0,19912X_3 + 0,20371X_4 + 0,19837X_5$	0,811	0,78 2	0,758	15,13	0,0408

ВАТ «Крюковский вагонобудівний завод»					
$Y = 0,07421 + 0,21157X_1 + 0,21406X_2 + 0,16555X_3 + 0,19842X_4 + 0,1112X_5$	0,754	0,677	0,663	14,05	0,0202
ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод»					
$Y = -27,81022 + 1,06366X_2 + 48,79009X_2 - 1,29123X_3 - 15,68957X_4 - 0,48304X_5$	0,835	0,725	0,540	10,01	0,0170
ВАТ «Дизельмаш»					
$Y = -0,15688 + 0,20253X_1 + 0,45577X_2 + 0,18978X_3 + 0,16099X_4 + 0,18641X_5$	0,805	0,778	0,754	15,11	0,0405
ВАТ «Дарницький вагоноремонтний завод»					
$Y = 0,05876 - 0,015489X_1 + 0,01512X_2 + 0,54876X_3 + 0,025681X_4 + 0,023784X_5$	0,837	0,728	0,545	10,03	0,0175
ВАТ «Дніпровагонмаш»					
$Y = 7,9775 + 0,54904X_1 - 0,00512X_2 - 0,14744X_3 + 0,00512X_4 - 9,9969X_5$	0,807	0,778	0,754	15,09	0,0404

Розглянувши рівняння регресії ТОВ «Харківський вагонобудівний завод» можна сказати, множинний $R = 0,892$, що чим більший є коефіцієнт парної кореляції, тим сильніший зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємств мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації R^2 , згідно з розрахунками, дорівнює 0,797. Це свідчить про те, що 79% розміру частки зміни комплексного інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємств пояснюється

варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчаємого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R - квадрат становить 0,730. Похибка апроксимації складає 1,75%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,797$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 11,85$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Стюдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Дніпропетровський завод з ремонту та будівництва пасажирських вагонів» можна сказати, множинний $R = 0,755$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює 0,678. Це свідчить про те що 68% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчаємого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R - квадрат становить 0,664. Похибка апроксимації складає 2,01%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,755$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 14,06$, що перевищує

табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Січневого повстання 1918 року» можна сказати, множинний $R = 0,836$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює $0,727$. Це свідчить про те що 73% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчаємого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує наскільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R - квадрат становить $0,544$. Похибка апроксимації складає $1,76\%$, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,727$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 10,02$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Конотопський завод по ремонту дизель потягів» можна сказати, множинний $R = 0,811$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює $0,782$. Це свідчить про те що 78% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність

відображає ступень ефективного впливу вивчає мого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R- квадрат становить 0,758 . Похибка апроксимації складає 4,08%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,782$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 15,13$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Крюковський вагонобудівний завод» можна сказати, множинний $R = 0,754$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює 0,677. Це свідчить про те що 68% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчає мого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R- квадрат становить 0,663 . Похибка апроксимації складає 2,02%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,677$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 14,05$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Стахановський вагонобудівний завод» можна сказати, множинний $R = 0,835$, що свідчить про досить сильний

зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює 0,725. Це свідчить про те що 73% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчає мого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R- квадрат становить 0,540 . Похибка апроксимації складає 1,7%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,725$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 10,01$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Дизельмаш» можна сказати, множинний $R = 0,805$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює 0,778. Це свідчить про те що 78% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчає мого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік

підвищення, нормований R- квадрат становить 0,754 . Похибка апроксимації складає 4%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,778$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 15,11$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Дарницький вагоноремонтний завод» можна сказати, множинний $R = 0,837$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює 0,728. Це свідчить про те що 73% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчає мого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує на скільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R- квадрат становить 0,545 . Похибка апроксимації складає 1,75%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,728$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 10,03$, що перевищує табличне значення; статистична значущість статистичних оцінок коефіцієнтів при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента.

Розглянувши рівняння регресії ВАТ «Дніпровагонмаш» можна сказати, множинний $R = 0,807$, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Тобто показники діяльності підприємства мають досить високу ступень щільності з комплексним інтегральним показником рівня економічного потенціалу підприємства. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками дорівнює 0,778. Це свідчить про те що 73% розміру частки зміни інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства пояснюється варіацією змін

показників, що характеризують функціональні складові економічного потенціалу. Тобто чим величина коефіцієнта детермінації ближче до одиниці, тим менше в нашій моделі процесу впливу неврахованих факторів, і тим більше підстав вважати, що вказана залежність відображає ступень ефективного впливу вивчаємого фактору, тобто інтегральним показником економічного потенціалу підприємства. Нормований R – квадрат показує наскільки додавання нової перемінної може поліпшити якість моделі, однак у якості діагностичної величини і з метою економії витрат цей фактор використовується рідко тому, що при збільшенні кількох перемінних і кількості спостережень його значення не завжди може змінюватись у бік підвищення, нормований R- квадрат становить 0,754. Похибка апроксимації складає 4%, що свідчить про те що якість моделі оцінюється майже в повному обсязі. Оскільки коефіцієнт детермінації $R = 0,778$ вказує на адекватність моделі; статистична значущість моделі в цілому підтверджується значенням критерію Фішера $F = 115,09$.

Висновок: Проведений кореляційно-регресійний аналіз показав, що для всіх підприємств, що є об'єктами дослідження множинний R знаходиться в межах від 0,754 до 0,837, що свідчить про досить сильний зв'язок між сукупністю незалежних факторів та результативною ознакою. Коефіцієнт детермінації згідно з розрахунками знаходиться в межах від 0,677 до 0,782, що вказує на адекватність моделей. Мінімальний показник похибки апроксимації складає 1,75% максимальний – 4,08%. Статистична значущість моделей в цілому підтверджується критеріями Фішера, а статистичні значущість статистичних оцінок функціональних складових при незалежних змінних моделі підтверджується значеннями критерію Ст'юдента. Результати аналізу необхідно використовувати при розробки та прийнятті управлінських рішень. Класифікацію рішень слід розглядати як складний логіко-пізнавальний процес, який дає змогу упорядковувати їх і виявляти загальні закономірності та характерні особливості, властиві окремим їх різновидам. Для кожного виду рішень розробляють систему інформації, що орієнтує керівників у підготовці рішень, виборі кращого варіанта і реалізації прийнятого рішення. Останнім часом в Україні велика увага приділяється системному аналізу і підходу до розробки рішень, створенню прикладних моделей і методик. Системний аналіз ґрунтується на дедукції, що передбачає аналіз складних систем як єдиного цілого. При цьому на перший план висуваються не стільки математичні, формалізовані методи, скільки сама логіка системного аналізу, упорядкування процедури прийняття рішень. У практиці сучасного менеджменту почали застосовуватися нові прийоми кількісного аналізу ("дерево" прийняття рішень, оцінка можливостей), а також евристичні методи, що ґрунтуються на використанні неповної інформації (знань) і екстраполюванні її на об'єкт, що вивчається. Треба мати на увазі, що прийняття правильного рішення — проблема дуже складна,

оскільки не завжди можна скористатися попереднім досвідом (зокрема через невпевненість в аналогічності ситуацій). Не завжди вдається точно оцінити результати прийнятого рішення, часто має місце великий розрив між процесами прийняття рішення і можливістю проаналізувати їх результативність. Розробка рішень у менеджменті становить основу управлінського процесу. Управлінський процес — це комплекс взаємопов'язаних операцій, що виконуються у певній послідовності і спрямовані на розв'язання конкретних задач та досягнення поставлених цілей. Для оцінки ситуації і підготовки рішення орган управління (керівник) повинен бути забезпечений повною і своєчасною інформацією. Зміст процесу управління полягає у перетворенні інформації зворотного зв'язку на інформацію управлінських рішень. Зворотний зв'язок дає змогу коригувати помилки і відхилення, регулювати виробничі й управлінські процеси. Для прийняття рішення потрібна планова, нормативна, інструктивна, правова, статистична, облікова, наукова (ноу-хау) та інша інформація. Незалежно від виду вона має бути точною, повною, вірогідною, надійною, зручною для сприйняття та оцінки.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ареф`єва О.В. Управління потенціалом розвитку промислових підприємств [текст]: Монографія / О.В. Ареф`єва, О.В. Коренков. – К. ГРОТ, 2004. – 200с.
2. Воронкова А. Е. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация [текст]: Монография / А.Е. Воронкова. – 2-е изд., стереотипное. – Луганск: Изд-во Восточнoукраинского национального университета имени Владимира Даля, 2004. – 320 с.
3. Лапин Е.В. Оценка экономического потенциала предприятия [текст]: Монограф ия / Е.В. Лапин –Сумы: ИТД „Университетская книга”, 2004.- 360 с.
4. Малярец Л. М. Проблемы методологии анализа стратегических возможностей предприятия [текст]: /Л. М. Малярец, И. П. Отенко // Матеріали Четвертої міжнародної конференції „Наука і освіта”, 2001. Том 4. Економічні науки. Дніпропетровськ – Дніпродзержинськ – Харків – Черкаси – Житомир, 2001. – С. 10-11.
5. Отенко И.П. Методологические основы управления потенциалом предприятия [текст]: Монография / И.П. Отенко – Харьков: ХНЭУ, 2004. – 216 с
6. Отенко И. П. Механизм управления потенциалом предприятия [текст]: Монография / И. П.Отенко, Л.М. Малярец – Харьков: ХГЭУ, 2003. – 220 с.
7. Отенко И.П. Стратегическое управление потенциалом предприятия [текст]: Монография / И.П. Отенко – Харьков: ХНЭУ, 2006. – 256 с.
8. Прохорова В.В. Управління економічною безпекою підприємств [текст]: Монографія /В.В. Прохорова , Ю.В. Прохорова, О.О. Кучеренко. – Харків : УкрДАЗТ, 2010. – 282с.
9. Сошникова Л. А. Многомерный статистический анализ в экономике [текст]: /Л. А. Сошникова, В. Н. Тамашевич, Г. Уебе, М. Шефер. / Под ред. проф. В. Н. Тамашевича. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 598 с.
10. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [текст]: Навч. посібник / О. С. Федонін, І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2003. – 316 с.

11. Шеремет А. Д. Методика фінансового аналізу [текст] / А. Д. Шеремет, Р. С. Сайфулін. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 176 с.
12. Баканов М. И. Теория экономического анализа [текст]: / М. И. Баканов, А. Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 416 с.

УДК 658.787

О.М. Шпирко

РИНОК АУДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Розглянуто динаміку ринку аудиторських послуг України, порядок здійснення контролю їх якості, особливості та перспективи його розвитку. Розроблено пропозиції з метою покращення якості аудиторських послуг в Україні

Ключові слова: аудит, звітність, аудиторські послуги, аудиторські фірми, аудиторський висновок.

Рассмотрено динамику рынка аудиторских услуг Украины, совершение контроля их качества, особенности и перспективы его развития. Сделано предложения по улучшению качества аудиторских услуг в Украине.

Ключевые слова: аудит, отчетность, аудиторские услуги, аудиторские фирмы, аудиторское заключение.

In the article the author considers the dynamics of auditors' services market in Ukraine, the order of controlling their quality, the peculiarities and perspectives of its development. The suggestions with the aim to improve the quality of auditing service in Ukraine are made.

Keywords: audit, accounting, audit services, audit firms, auditor's report.

Постановка проблеми. Протягом останніх років ринок аудиторських послуг зазнав суттєвих змін. Незважаючи на спроби зробити аудит обов'язковим або взагалі скасувати чи зробити його додатком до ревізії, попит на аудиторські послуги зростає, покращується їх кількісний і якісний склад.

Зарубіжні країни мають тривалу історію розвитку і становлення аудиту, певні традиції. Офіційною датою виникнення аудиторської діяльності вважається 1853 рік - дата реєстрації перших у світі професійних організацій аудиторів. Вимога обов'язкового здійснення аудиту фінансової звітності компаній закріплена законодавством Франції у 1867 році, США - в 1887, Швеції - в 1895, Німеччини - в 1931 році. На території України у складі царської Росії вже у 1811 році існував державний контроль в особі державного контролера.

Сучасний аудит почав формуватись наприкінці XIX сторіччя, з часу, коли виникло поняття про компанію як про самостійний юридичний суб'єкт. Саме це призвело до роз'єднання права власності і функцій управління, внаслідок чого виникла необхідність захисту інтересів власників (акціонерів), котрі не брали участі в щоденному процесі прийняття рішень, за винятком малих компаній (коли акціонери та директор виступають в одній особі).

Поштовхом для виникнення аудиту стала ринкова економіка. Різко зростала кількість великих підприємств, яким були потрібні значні кошти для свого фінансування, а також кількість управлінців, яких наймали власники підприємств. В результаті відбулось розмежування функцій між власниками і підприємцями, внаслідок чого виникла необхідність захисту інтересів власників, в основному акціонерів, які не брали участі у щоденному процесі прийняття рішень. Саме для запобігання зловживанням з боку підприємців власник був змушений звернутися до перевірки фінансової звітності незалежними аудиторами.

Аудиторська діяльність в Україні започаткована з 1989 року у зв'язку із виникненням ринкових відносин і створенням в Україні (на той час УРСР) спільних підприємств, достовірність звітності яких іноземний інвестор вимагав підтвердити традиційним учасником цивілізованого ринку - аудитором. Це і стало передумовою створення дочірнього відділення Інаудиту в Україні, яке називалось Інаудит-Україна. До складу цієї першої аудиторської фірми в Україні увійшли колишні держслужбовці контрольно-ревізійного управління Мінфіну України. Проте значного розвитку аудит в Україні набув лише після розпаду Радянського Союзу [2, с.6-8].

Наступним кроком у розвитку аудиту в Україні було створення професійного громадського об'єднання громадян - Спілки аудиторів України; 14 лютого 1992 року на першому з'їзді аудиторів прийнято статут Спілки аудиторів України. З метою сприяння розвитку, вдосконаленню та уніфікації аудиторської діяльності в 1993 році було створено незалежний самостійний орган - Аудиторську палату України, а 22 квітня 1993 року прийнято Закон України «Про аудиторську діяльність» [1].

Тобто у квітні 2010 року виповнилося лише 17 років як в Україні був легалізований аудит, тому розвиток аудиторської діяльності має певні досягнення та проблеми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку та становлення ринку аудиторських послуг в Україні в своїх працях розглянули багато науковців, зокрема, Бутинець Ф.Ф., Макеєва О., Зотов В., Кулаковська Л.П., Піча Ю.В., Петрик О.А., Редько О., Рядська В.В., Савченко В.Я., Петраков Я.В., Бондар М. І. та інші.

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість публікацій, все ще залишаються невирішеними такі питання, як підвищити якість українського ринку аудиторських послуг та збільшити рівень довіри до аудиту з боку користувачів фінансової звітності та захисту їх інтересів.

Мета статті. З прийняттям 22 квітня 1993 р. Закону України "Про аудиторську діяльність" [1] аудиторська діяльність набуває офіційного визнання як самостійна підприємницька діяльність.

Згідно з цим Законом аудиторська діяльність являє собою підприємницьку діяльність, яка включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок (аудит) та надання аудиторських послуг.

Тобто, предметом аудиторської діяльності є аудиторські послуги, які згідно із Законом України "Про аудиторську діяльність" поділяють на аудит та інші послуги, а за міжнародною аудиторською практикою містять послуги з виконання завдань з надання впевненості (аудит історичної фінансової інформації, огляд історичної фінансової інформації, інші завдання з надання впевненості) та супутні послуги. Аудиторська палата України (далі - АПУ) прийняла рішення „Про затвердження Переліку послуг, які можуть надавати аудитори (аудиторські фірми)” від 27.09.2007 р. № 182/5 і визначила, що аудитори (аудиторські фірми) можуть отримувати орендні (лізингові) платежі за договорами оперативної оренди, а також пасивні доходи. Це рішення набуло чинності з 01.01.2008 р. З 2007 р. аудитори отримали можливість легально здійснювати оцінку, вести бухгалтерський облік для третіх осіб, представляти інтереси третіх осіб у суді, консультувати замовника з багатьох питань та оцінювати різноманітні аспекти його діяльності, проводити професійні тренінги тощо. Тобто кількість послуг, які може надавати клієнтові суб'єкт аудиту в Україні зросла з 4 у 2000 р. до 47 у 2007 р., тобто майже в 12 разів [5; с. 48-49]. Ринок видів аудиторських послуг в Україні суттєво розширився та диференціювався за напрямками або інтересами замовників, тому мета даної статті – дослідити показники ринку аудиторських послуг, визначити потенційні проблеми та вказати на шляхи їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Дійсне (реальне) право займатися наданням аудиторських послуг згідно із Законом України "Про аудиторську діяльність" [1] мають тільки суб'єкти аудиторської діяльності (хоча останній термін чомусь відсутній в цьому законі). Такими суб'єктами можуть бути як юридичні особи – аудиторські фірми, так і фізичні особи – приватні аудитори. Згідно з Законом України "Про аудиторську діяльність" [1] аудиторська фірма – юридична особа, створена відповідно до законодавства, яка здійснює виключно аудиторську діяльність, статутний капітал якої формується у такий спосіб, щоб загальний розмір в ньому засновників (учасників), які не є аудиторами, не перевищував 30%.

Аудитором в Україні може бути фізична особа, яка має сертифікат аудитора, що визначає її кваліфікаційну придатність на заняття аудиторською діяльністю на території України. Право на отримання сертифіката мають фізичні особи з вищою економічною або юридичною освітою, документ про здобуття якої визначається в Україні, необхідними знаннями з питань аудиту, фінансів, економіки та господарського права, досвідом роботи не менше як

три роки поспіль на посадах ревізора, бухгалтера, юриста, економіста, асистента (помічника) аудитора [4; с. 59-60].

Спираючись на офіційні дані Аудиторської палати України порівняємо чисельність суб'єктів аудиту в Україні (табл. 1).

Таблиця 1. - Економічні показники аудиторського бізнесу в Україні

Показник	2000 р.	2009 р.
Чисельність сертифікованих аудиторів	3152 особи*	3162 особи*
Кількість аудиторських фірм	1351 фірма	1563 фірми
Чисельність аудиторів - СПД	273 особи	808 осіб

*Примітка: наведена чисельність отримана з даних звітності аудиторів та аудиторських фірм, внесених до Реєстру АПУ. За даними АПУ в Україні за 17 років існування незалежного аудиту було видано 6496 сертифікатів. Здійснюючи аналіз наведених даних слід мати на увазі, що це середні величини.

В той же час зростає і кількість і вартість аудиторських послуг.

Ринок українського аудиту має певні регіональні особливості: спостерігається більша кількість аудиторських послуг і вони дорожчі в регіонах, де концентрація капіталу та наявність потужних суб'єктів господарювання більша, ніж в інших частинах країни [5; с. 49-50]. Важливим аспектом в умовах вільної конкуренції, зокрема в роботі аудитора в контексті міжнародної прийнятності та надійності послуг, є питання якості послуг. Контроль за якістю аудиторських послуг в Україні здійснює структурний підрозділ АПУ – Комітет з контролю за аудиторською діяльністю, який створено наприкінці 2007 р. і діє від імені та за дорученням АПУ. Забезпечення якості аудиторських послуг і задоволення потреб суспільства є метою контролю аудиторської діяльності в Україні. Звернення та скарги приймає Секретаріат АПУ і в той самий день подає на розгляд Голові АПУ. Залежно від характеру та суті звернення за резолюцією Голови АПУ в дводенний строк передають через секретаріат АПУ на розгляд відповідної комісії АПУ. Звернення мають бути розглянуті у місячний термін. Якщо у зверненні викладені претензії на невиконання (неякісне виконання) аудитором-підприємцем, аудиторською фірмою договірних умов, заявнику направляють відповідь з роз'ясненнями про необхідність урегулювання цих питань на основі цивільно-правових норм. Скарга є підставою для проведення Комітетом з контролю за аудиторською діяльністю зовнішньої перевірки. По негативних результатах проведення зовнішньої перевірки Комітет АПУ має право порушити питання про виключення суб'єкта аудиторської діяльності із Реєстру аудиторських фірм та аудиторів, які одноосібно надають послуги. Додатково можуть бути застосовані такі

стягнення, як попередження, зупинення чинності сертифікату аудитора на відповідний строк, анулювання сертифікату [3; с. 60].

Щорічно АПУ отримує від аудиторських фірм та аудиторів звіти про виконані ними роботи, здійснює їх аналіз та подає до Кабінету міністрів України узагальнену інформацію про стан аудиторської діяльності в Україні.

Для підвищення статусу вітчизняного аудиту особливе значення має страхування професійної відповідальності аудиторів, яке пов'язане із можливістю пред'явлення претензій особам за наслідки помилок, допущених аудиторами під час виконання професійних обов'язків. На відміну від розвинених країн обов'язкове страхування професійної діяльності в Україні не передбачене, проте Законом України "Про аудиторську діяльність" [1] за неналежне виконання своїх зобов'язань аудитором передбачена майнова та інша цивільно-правова відповідальність, а недійсними є будь-які положення договору, спрямовані на повне звільнення аудитора (аудиторської фірми) від встановленої законом майнової відповідальності за недостовірність аудиторського висновку та іншого документа, в якому відображені результати перевірки. Практика показує, що відповідальність аудитора за договором не знаходить застосування у сучасній вітчизняній практиці через наступні обставини:

- підприємство-замовник, як правило, не передбачає відповідальності аудитора в договорі, оскільки воно є зацікавленою стороною у здійсненні аудиту та отриманні позитивного висновку про фінансову звітність;

- аудитори не несуть відповідальності перед третіми особами - дійсними користувачами фінансової звітності, оскільки між ними та аудиторською фірмою не укладається договір, що є неврегульованим на законодавчому рівні питанням;

- збитки через недостовірну, фальсифіковану звітність, яка підтверджена аудитором несе не підприємство-замовник аудиту, а користувач фінансової звітності.

Висновки. Для того, щоб підвищити якість українського ринку аудиторських послуг необхідно:

- запровадити обов'язкове страхування відповідальності аудиторів, що позитивно позначиться на діловій репутації аудиторських фірм та приватних аудиторів;

- всі аудиторські фірми мають підлягати регулярному зовнішньому контролю аудиторських послуг, що попередить появу помилок в їх роботі і тим самим покращить їх якість;

- зафіксувати право третіх осіб аудиту, які понесли збитки від неякісного аудиту, висувати судовий позов до аудиторської фірми і отримати компенсацію збитків у повному обсязі.

Наведені шляхи удосконалення якості аудиторських послуг приведуть до підвищення якості аудиту, зростання рівня довіри до аудиторів з боку замовників.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України „Про аудиторську діяльність” від 14.09.2006 р., із змінами і доповненнями. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nred=3125-12>.
2. Бондар М.І. Аудит в АПК: навч. посібник [Текст] / М.І. Бондар. – К.: КНЕУ, 2004. – 188с.
3. Макеєва О. Хто контролює національних аудиторів [Текст] / О. Макеєва // Бухгалтерський облік і аудит. - К., 2008. - № 8. – С.60-64.
4. Петрик О. Аудиторська діяльність в Україні: законодавчо-нормативне регулювання, сучасний стан [Текст]/ О. Петрик, В. Зотов // Бухгалтерський облік і аудит. - К., 2007. - № 11. – С.59-65.
5. Редько О. Аудиторські послуги в Україні: перші кроки до ринку [Текст] / О. Редько // Бухгалтерський облік і аудит. - К., 2008. - № 11. – С.48-55.
6. Радська В.В. Аудит: навч. посібник. [Текст] / В.В. Радська, Я.В. Петраков. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 416 с.

УДК 658.8:659.1(045)

С. А. Сергієнко

МЕТОДОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ЯК СИСТЕМИ

Обгрунтовано природу маркетингових комунікацій як системи. Вперше описані основні емерджентні властивості системи маркетингових комунікацій.

Ключові слова: система, маркетингові комунікації.

Обоснована природа маркетинговых коммуникаций как системы. Впервые описаны основные эмерджентные свойства системы маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: система, маркетинговые коммуникации.

The article describes the marketing's communications like a system (of science). At first is emergently marketing's communications of writing

Keywords: system, the marketing's communications.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку наукових знань поняття системи покладено в основу нового інтегрованого погляду на світ, відображеного в системній концепції пізнання.

Історія науки знає багато прикладів, коли блискучі наукові результати були здобуті саме внаслідок застосування системного підходу до розв'язання проблем. Найвідоміша з них — це теоретична кібернетика Н. Вінера, що саме і стала основоположним початком виникнення загальної теорії систем. Саме тому, при виокремленні комплексу маркетингових комунікацій з „глобальної машини” під назвою „Маркетинг”, просто

необхідно довести існування маркетингових комунікацій як окремо-функціонуючої системи зі своїми елементами та властивостями.

Розуміння сутності та природи існування маркетингових комунікацій дає можливість їх ефективніше використовувати, не спрямовувати зусилля з маркетингових комунікацій тільки на просування продукції, а й на застосування їх для управління підприємством, налагоджування довготривалих партнерських стосунків між суб'єктами ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В Україні проблемі застосування маркетингових комунікацій присвячені теоретичні та практичні розробки відомих у цій сфері учених: Я. Бронштейна, А.Войчака, В. Королька, Т. Лук'янець, В. Моїсєєва, Г. Почепцова, Є. Ромата Т. Циганкової та ін. Аналіз праць цих та інших учених показав, що в Україні майже відсутні наукові дослідження, присвячені методиці дослідження та системного підходу щодо розглядання маркетингових комунікацій як окремої системи. Потребують системного аналізу маркетингові комунікації, комплекс маркетингових комунікацій та їх елементи.

Мета роботи. Спираючись на логіко-методологічне дослідження роздивитися комплекс маркетингових комунікацій як систему. Поняття системи пов'язується насамперед з появою емерджентних властивостей. Тому їх наявність і вивчення буде основою дослідження комплекс маркетингових комунікацій як системи.

Вклад основного матеріалу. Спираючись на логіко-методологічне дослідження роздивимося маркетингові комунікації як систему.

Слід зазначити, що в літературі можна знайти різні трактування поняття системи: «У широкому сенсі під системою (від грецького — складене з частин, поєднане) розуміють упорядковану сукупність взаємозв'язаних та взаємодіючих елементів» [146, с. 7]; «Системи є сукупністю взаємопов'язаних об'єктів і процесів, що змінюються в часі» [209, с. 3]; система — це «сукупність елементів, організованих для виконання певної множини функцій з метою досягнення бажаних результатів» [220, с. 217] і т. п.

Це насамперед обумовлено наявністю множини взаємопов'язаних елементів відокремленістю від середовища, людей, але й одночасною взаємодією з ним, як цілим.

Підсистемою можна вважати кожен з елементів комплексу маркетингових комунікацій: реклама, стимулювання збуту, паблік рілейшнз, особистий продаж, директ-маркетинг, виставки, ярмарки та інші.

Елементами (найпростішими частинами) такої системи відповідно є саме повідомлення та способи його доставки, наприклад реклама в ЗМІ, інтерв'ю, упакування та інші. Сутність системи маркетингових комунікацій полягає в підтриманні свого існування і функціонування, за допомогою взаємодії своїх частин.

Важливою особливістю системи є те, що взаємодія її елементів породжує нові системні властивості, яких жоден елемент (група елементів) окремо не має. Це явище пояснює концепція цілісності, яка є основоположною в системному підході. Системні властивості, що виникли в результаті взаємодії елементів і не обмежуються арифметичною сумою властивостей окремих елементів (тобто є неадитивними), В. Р. Ешбі назвав емерджентними (від англ. emerge — з'являтися). Отже, саме наявність емерджентних властивостей відрізняє систему від простої сукупності або множини елементів, а цілісність розглядається як основна системна ознака.

Маркетингові комунікації як система, дійсно породжує властивості, які відрізняються від властивостей, які входять до складу комплексу маркетингових комунікацій. Емерджентні властивості, які виникають в результаті функціонування системи і відносяться до нематеріальних продуктів, розкривають сутність цілей маркетингових комунікацій. Такими властивостями є позитивний образ організації як емерджентної властивості функціонування системи маркетингових комунікацій в сучасних організаційно-утворюючих реальностях створює конкурентні переваги організації. Конкурентні ж переваги лежать в основі корпоративної репутації. Репутація, у свою чергу, є сума конкурентних переваг. Таким чином, системний підхід до комплексу маркетингових комунікацій виводить нас до одного з ключових понять - репутації - однієї з найважливіших складових нематеріальних активів компанії.

Але корпоративна репутація формується тільки в процесі комунікації як оцінка різними аудиторіями отриманої інформації про компанію за допомогою застосування комплексу ряду елементів маркетингових комунікацій. Що не може створити окремий елемент цього комплексу. Наприклад реклама не може бути творцем репутації фірми, так як подає тільки певну інформацію тільки обмеженому колу споживачів з умовою подання її через засоби, що його є середовищем. Так реклама не є окремою системою на рівні маркетингових комунікацій, а є підсистемою. Теж саме можна сказати і про паблік релейшнз, що може створювати певний імідж компанії, але не судження про неї в цілому, обмежуючись певними цілями і елементами. Особистий продаж також є підсистемою маркетингових комунікацій, бо певними засобами впливу (інтерв'ю, особиста розмова, пропонування окремому споживачеві) може донести до певної обмеженої групи клієнтів, споживачів інформацію щодо продукції компанії. Але поєднання цих всіх елементів маркетингових комунікацій у комплекс заходів дозволяє створити образ організації.

Таким чином комунікації стають стратегічним напрямком роботи компанії. Такий стан піднімає статус системи маркетингових комунікацій та визначає її інтегративну роль у сучасному бізнесі.

Емерджентні властивості маркетингових комунікацій вказують на наявність особливих властивостей, не властивих її підсистемам і блокам, а також суми елементів, не пов'язаних особливими системоутворюючими зв'язками; незвідність властивостей системи до суми властивостей її компонентів; синонім - «системний ефект».

Саме тому, у переважній більшості вітчизняної та зарубіжної літературі, комплекс маркетингових комунікацій пояснюється багатоплановою рекламною діяльністю, що включає в себе рекламу в засобах масової інформації, заходу паблік релейшнз (public relations), сейлз промоушн (sales promotion) і директ-маркетингу (direct marketing), що супроводжують певні матеріали й заходи. Маркетингові комунікації виконують роль довгострокового прив'язування ринкових суб'єктів один до одного через створення та підтримання технічної і технологічної залежності. Також, маркетингові комунікації виконують функцію сукупних інформаційних джерел і каналів передання інформації в обидві сторони.

Виходячи з вище написаного важливими функціями маркетингових комунікацій є :

- інформативна (донесення інформації про виробника та його заходи до споживача),
- нагадувальна (підтримка інформаційного знання про підприємство та нагадування про певні акції, заходи),
- переконуюча (переконання цільової аудиторії в її рішеннях на користь певного продукту),
- іміджеві (створення і підтримання позитивного відношення до виробника),
- патріотична (виховування і прищеплення патріотизму працівникам компанії),
- дослідницька (аналіз і оцінювання ринкової ситуації через зворотній комунікаційний потік),
- управлінська (управління взаємовідносинами зі всіма учасниками ринку),
- партнерська (налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між ринковими суб'єктами).

Висновки і напрями подальших досліджень. Система маркетингових комунікацій являє собою діяльність підприємства, спрямовану на інформування, переконання і нагадування споживачам про свої товари, стимулювання їхнього збуту і створення позитивного іміджу фірми.

Маркетингові комунікації є життєво необхідними джерелами існування економічної системи взагалі і підприємства конкретно.

Маркетингові комунікації – діяльність як система цільової комунікації між суб'єктами діяльності функціонує і в політичній, в соціальній, управлінській та господарських сферах, створюючи емерджентні властивості.

І загалом, під маркетинговими комунікаціями слід розуміти управління всім процесом просування товару на всіх етапах, починаючи вже з моменту зародження ідеї про створення і вивід товару чи послуги на ринок і закінчуючи остаточною хвилиною споживання цього товару чи послуги. Для найбільшої ефективності комунікаційні програми необхідно розробляти спеціально для кожного сегмента, ринкової ніші і навіть окремих клієнтів. При цьому необхідно враховувати і прямий, і зворотній зв'язок між фірмою і клієнтом. Маркетингові комунікації у свою чергу повинні опиратись на умови ринку, особливості країни і специфіку галузі, співставляти усі переваги та досягнення сучасної теорії комунікацій, підпорядкуватися загальним принципам їх побудови. Саме добре розроблена політика маркетингових комунікацій фірми спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про її товар, підтримку його збуту, а також створення позитивного іміджу фірми, може забезпечити стабільний розвиток не однієї фірми, а й на підтримку цілої галузі.

ЛІТЕРАТУРА

1. Перегудов Ф.И. Введение в системный анализ.[Текст] / Перегудов Ф.И., Тарасенко Ф.П. - М.: Высшая школа, 1989
2. Горбань О.М. Основи теорії систем та системного аналізу. [Текст] /Горбань О.М., Бахрушин В.С. - Запоріжжя, ГУ "ЗІДМУ", 2004
3. Майборода О.О. Маркетингова політика комунікацій: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. Дисц.[Текст] / –К.: КНЕУ,2007.– 256с.
4. Черняк Ю.И. Анализ и синтез систем в экономике. [Текст] / — М.: Экономика, 1970. — 151 с.
5. Шарапов О.Д., Економічна кібернетика: Навч. посібник.[Текст] /Шарапов О.Д., Дербенцев В.Д., Семьонов Д.С. — К.: КНЕУ, 2004. — 231 с.

УДК 339.137.2 : 338.242

В.І. Охота

МІЖНАРОДНІ КОНКУРЕНТНІ ВІДНОСИНИ КРАЇН В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

У статті проаналізовано рейтинги конкурентоспроможності та їх зміни в провідних країн світу, країн Східної Європи та окремих пострадянських країн. Доведено, що в умовах глобалізації концепція міжнародної конкурентоспроможності набуває все більшого значення. Виявлено залежність між рівнями конкурентоспроможності та окремими макроекономічними показниками. Встановлено, що інноваційна складова є однією з вирішальних, яка визначає рівень національної конкурентоспроможності.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, економічна глобалізація, міжнародна конкуренція, індекс конкурентоспроможності бізнесу, індекс глобальної конкурентоспроможності.

В статті проаналізовані рейтинги конкурентоспроможності і їх зміни, у провідних країн світу, країн Східної Європи та окремих пострадянських країн. Доведено, що в умовах глобалізації концепція міжнародної конкурентоспроможності набуває все більшого значення. Виявлено залежність між рівнями конкурентоспроможності та окремими макроекономічними показниками. Встановлено, що інноваційна складова є однією з вирішальних, яка визначає рівень національної конкурентоспроможності.

макроекономическими показателями. Установлено, что инновационная составляющая является одной из решающих, которая определяет уровень национальной конкурентоспособности.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, экономическая глобализация, международная конкуренция, индекс конкурентоспособности бизнеса, индекс глобальной конкурентоспособности.

Ratings of competitiveness and their changes in the world leading countries along with the countries of Eastern Europe and certain post-Soviet countries are analyzed. It is proved that the concept of international competitiveness has become increasingly important in conditions of globalization. Dependence between the levels of competitiveness and certain macroeconomic indicators is defined. It is determined that innovative component is one of the key elements that defines the level of national competitiveness.

Keywords: international competitiveness, economic globalization, international competition, Business Competitiveness Index, Global Competitiveness Index.

Постановка проблеми. Тенденції світової економіки під час та після фінансово-економічної кризи спричинили нові проблеми управління та регулювання для політиків, фінансистів, економістів усього світу, в тому числі й розвинутих крїн. Все більш актуальним для них стає питання запобігання посилення економічної кризи й виведення економіки країни з рецесії та утримання завойованих конкурентних позицій. Хоча застосовані антикризові заходи дозволили утримати країнам-лідерам свої ніші у світовій економіці, але зростає необхідність виявлення тих умов та чинників, які сприяли б подальшому економічному розвитку та зростанню й зміцнили б конкуренту позицію країни у світовій економіці. Дослідження міжнародної конкурентоспроможності країн дає можливість не тільки оцінити стан й тенденції економічного розвитку окремих країн, а й дозволяє оцінити їх вплив на усі сфери життя, зокрема, соціальну, політичну, законодавчу, науково-технічну, інформаційну та навіть культурну. Виявлення чинників успіху, умов, що сприяли завоюванню високого рівня національної конкурентоспроможності країн-лідерів на міжнародній арені, дасть можливість країнам, що розвиваються й мають невисокі рівні конкурентоспроможності, визначити напрямки та заходи, застосування яких сприятиме їх економічному розвитку та зміцненню конкурентної позиції.

Аналіз останніх публікацій. Концепція міжнародної конкурентоспроможності – один з найбільш динамічних напрямів сучасної міжнародної економіки, який привертає увагу економістів, політиків, науковців всього світу. Вагомий внесок у розвиток міжнародної конкурентоспроможності здійснено М. Портером, професором Harvard Business School [14]. Серед провідних зарубіжних фахівців також можна виділити М.Дюранд та К. Гіорно, Н. Шнабель, Г. Геревффі [1, 2, 3]. Значну увагу дослідженню конкурентоспроможності країн та розвитку методів її оцінки приділяють також і вітчизняні учені. Партнером Світового Економічного Форуму є Центр соціально-економічних досліджень, одним з напрямків наукової діяльності якого є проект «Аналіз поточних тенденцій», у межах якого досліджуються питання глобальної конкурентоспроможності. Стан та перспективи підвищення конкурентоспроможності України є

важливим напрямом досліджень Інституту економіки та прогнозування НАН України. Серед фахівців, що працювали у даному напрямі слід виділити Бородіна О. М., Бурлай Т. В., Гончара Н. Ю., Дубровського І. І., Крючкову І. В., Кузнєцову Л. І., Ліанову Е. М., Лір В. Е., Лісогор Л. С., Луїніну І. О. та ін. [11]. Методичні аспекти оцінки національної конкурентоспроможності висвітлюються у роботах Антонок Л.Л., Головченко Н.З, Данейко П. В., Манцуров І.Г., Уніят А. В., Швець І. та ін. [8, 9, 10, 12, 15, 16].

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Не зважаючи на високу зацікавленість науковців аспектами аналізу конкурентоспроможності країн та оцінки міжнародних конкурентних відносин, даний напрямок дослідження завжди залишатиметься актуальним, оскільки рейтинги змінюються щороку. Тому виявлення успішних країн, рейтинги яких покращуються, та чинників їх конкурентоспроможності є важливим для країн, позиції яких погіршуються, оскільки вивчення досвіду та його використання стає одним з джерел визначення векторів розвитку країн та підвищення їх конкурентоспроможності.

Мета дослідження і виклад основного матеріалу. Використовуючи дані щодо рейтингів країн за рівнем національної конкурентоспроможності провідних світових організацій, дослідити стан та динаміку рейтингів країн, визначити основні чинники, що впливають на рівень конкурентоспроможності країн. Проаналізувати міжнародні конкурентні відносини країн у сучасних умовах. У світовій науковій практиці дослідження міжнародної конкуренції виділяють три основних центри, на результати досліджень яких спираються вчені, політики, економісти усього світу:

- Інститут стратегії й конкурентоспроможності при Гарвардському університеті (США), очолює Майкл Портер;
- Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія);
- Міжнародний інститут розвитку менеджменту (Швейцарія).

Кожна з цих установ має свою методику та підходи до визначення рівня конкурентоспроможності окремих країн та їх рейтингів (табл. 1). Найбільш широкомасштабні дослідження проводяться Інститутом стратегії й конкурентоспроможності й Всесвітнім економічним форумом, їх дослідження охоплюють близько 120-140 країн, в той час, коли Міжнародний інститут розвитку менеджменту аналізує показники лише близько 60 країн.

Усі ці установи щорічно публікують результати досліджень, які відображають загальний рейтинг країни у світовому економічному середовищі та рейтинги за окремими показниками. Дані рейтинги знаходяться у вільному доступі й можуть бути надійним джерелом інформації, яку підготовлено висококваліфікованими експертами. Проведене дослідження, результати якого представлено у даній статті спираються на дані Всесвітнього економічного форуму. Фахівці Всесвітнього економічного

форуму визначають конкурентоспроможність як набір інститутів, стратегій і факторів, які визначають рівень продуктивності країни [6]. Під час аналізу оцінено рейтинги та чинники конкурентоспроможності першої двадцятки світу, країн Східної Європи та окремих пострадянських країн. У світовій економіці визначилися країни-лідери за показниками конкурентоспроможності. Міцну позицію за результатами GCI 2009–2010 у світовому рейтингу конкурентоспроможності посідають провідні країни Північної Америки, а саме США та Канада. Безперечним лідером протягом тривалого часу були США, для яких звичним стали 1 та 2 місця у світовому рейтингу, відповідно за даними GCI 2008–2009 та GCI 2009–2010 з коефіцієнтом 5,59. Місце Канади визначилося у кінці першої десятки, за результатами GCI 2008–2009 -10 місце, а за GCI 2009–2010 – 9 місце.

Таблиця 1. - Характеристика методик оцінки конкурентоспроможності країн

Установи	Методологія оцінки
Інститут стратегії й конкурентоспроможності при Гарвардському університеті (США), очолює Майкл Портер	<i>Business Competitiveness Index</i> – індекс конкурентоспроможності бізнесу заснований на теорії конкурентних переваг М. Портера і оцінює конкурентоспроможність країн на мікрорівні. Він включає в аналіз вплив таких чинників, як продуктивність компаній, збільшення їх операційної ефективності, а також якість бізнес-середовища. Індекс складається з двох показників: якість національного бізнес-середовища, організація та стратегії компаній. Досліджується більш 120 країн.
Міжнародний інститут розвитку менеджменту (Швейцарія)	<i>Growth Competitiveness Index</i> – індекс конкурентоспроможності включає 4 групи чинників: - економічні показники; - ефективність управління; - ефективність бізнесу; - інфраструктура Ці групи охоплюють 20 суб-чинників, які включають більш 300 критеріїв Досліджується близько 60 країн.
Всесвітній економічний форум у Давосі (Швейцарія)	<i>Global Competitiveness Index</i> – глобальний індекс конкурентоспроможності, він включає 12 компонентів конкурентоспроможності: - установи; - інфраструктура; - макроекономічна стабільність; - здоров'я та початкова освіта; - вища освіта та професійна підготовка; - ефективність товарного ринку; - ефективність ринку праці; - фінансовий ринок; - сміливість ринку; технологічна готовність; - умови бізнесу; - інновації Досліджується більш 130 країн.

Суттєву конкуренцію країнам Північної Америки складають країни Євросоюзу, а саме, Швейцарія (1 місце, + 1 позиція), Швеція (4 позиція), Данія (5 позиція, -2 позиції), Фінляндія (6 позиція), Німеччина (7 позиція), Великобританія (13 позиція, -1 позиція), Франція (16 місце), Бельгія наприкінці другого десятку [6].

Серед пострадянських країн найвищу позицію у світовому рейтингу конкурентоспроможності займає Естонія, яка за останнім рейтингом опустилася на 35 позицію з 32 за попереднім дослідженням. У п'ятому десятку на 51 та 53 позиціях поряд з Індією, Йорданією, Мальтою, з коефіцієнтом 4,3, опинилися Азербайджан та Литва, відповідно. У шостому десятку відзначилися одразу три пострадянських країни, на 63 позиції – Росія, на 67 та 68 позиції – Казахстан та Латвія, відповідно. Причому всі ці країни демонструють падіння рейтингу конкурентоспроможності порівняно з попереднім періодом. Найбільше з 54 до 64, тобто 14 позицій, спостерігається падіння Латвії, значним з 51 до 63, тобто 12 позицій, воно було й у Росії. Останнім часом суттєво погіршилася конкурентоспроможність України, одразу на 10 позицій з 72 місця до 82 опустився ранг її у світовому рейтингу конкурентоспроможності [6].

У економічній літературі питання про склад і зміст факторів, що обумовлюють і формують рівень конкурентоспроможності країни має дискусійний характер. У процесі досліджень доведено, що найбільший вплив здійснюють такі фактори як: ВВП на душу населення, інфляція, рівень безробіття, бюджетний дефіцит, питома вага послуг у структурі ВВП, експорт та імпорт товарів, прогнозована тривалість життя, реальне зростання ВВП на душу населення [8]. Провідним фактором під час аналізу рівня економічного розвитку є показники ВВП на душу населення. Цей фактор покладений в основу міжнародних класифікацій, що поділяють країни на розвинуті і ті, що розвиваються. Так, до числа розвинутих країн належать країни з виробництвом ВВП на душу населення від 6-7 тис. дол. на рік і вище [16]. Серед досліджених країн (табл.2) усі країни, крім Грузії можна віднести до розвинутих країн, в тому числі й Україну. Найвищий рівень ВВП на душу населення, який становив більше 50 тис. дол. спостерігається у Сінгапурі. Перше та друге місце у світовому рейтингу посіли Швейцарія та США, ВВП на душу населення яких перевищив 40 тис. дол., а саме становив 41,4 та 46 тис. дол., відповідно. З даних таблиці видно, що в усіх країнах, які мають індекс конкурентоспроможності більш 5 балів, ВВП на душу населення перевищує 30 тис. дол. Таким чином, саме показник ВВП на душу населення у значній мірі характеризує конкурентоспроможність країни у світі.

Одним з показників, що характеризує економічні процеси у країні є рівень інфляції. Слід відзначити, що у 2009 році серед країн, які увійшли до першої двадцятки є країни, у яких спостерігалися дефляційні процеси, тобто індекс споживчих цін був меншим за 100%, до таких країн належать

Швейцарія, США, Швеція, які посіли 1, 2 та 4 місце, а також Японія, Гонконг та Тайвань. У інших країнах першої двадцятки, таких як Бельгія та Нова Зеландія рівень цін не змінився протягом року, у таких як Німеччина, Фінляндія, Канада, Франція, Австрія, приріст цін був у межах 1%. Найбільша інфляція, серед країн першої двадцятки мала місце у Великобританії та Кореї, приріст цін становив 2,2 та 2,8%, що є допустимим рівнем для характеристики цінової ситуації як стабільної. Найвищі темпи інфляції серед досліджених країн спостерігаються у Росії (63 у рейтингу), приріст цін становив 11,7%, та Україні (82 у рейтингу), приріст цін склав 12,3%. Отже, суттєво погіршує рейтинг конкурентоспроможності країни її макроекономічна нестабільність.

Значний вплив на рейтинг конкурентоспроможності країни справляють такі два важливі блоки показників, як технологічний розвиток й інноваційний потенціал, саме їх стан визначає стадію розвитку країн. Країни, в яких ці показники високі відносяться до тих, що знаходяться на третій стадії розвитку, яка залежить від інновацій. Можливість розвитку даних складових у визначальній мірі залежить від рівня інвестицій. Аналіз частки інвестицій у ВВП показав, що найвищий рівень інвестицій відносно ВВП мають такі країни як Корея (19 місце), Сінгапур (3 місце у рейтингу) та Австралія (17 місце), більш 28%.

Високими вони також є у таких країнах як Румунія, Болгарія, Чехія, Словаччина, Грузія, їх рівень відносно ВВП становить 23-25%. Не зважаючи на те, що у 22 з досліджених країн рівень інвестицій відносно ВВП перевищив 20%, їх розмір суттєво відрізняється. Так, інвестиції Грузії становлять більш 22% від ВВП, що перевищує рівень країн першої десятки, але їх розмір є значно меншим, оскільки ВВП на душу населення Грузії у 10-12 разів менший країн-лідерів, зокрема більшості Європейських країн, не говорячи вже про Сінгапур, де і рівень інвестицій і ВВП на душу населення значно більші. Інвестиційні процеси в Україні не відповідають за рівнем та обсягами провідних країн світу. Низький розмір ВВП на душу населення та низький рівень інвестицій відносно ВВП, 18%, призводять до того що обсяг інвестицій у 6-8 разів менший порівняно з країнами-лідерами за конкурентоспроможністю у світовому рейтингу. Це також не дає можливості країні розвивати економіку, внаслідок чого Україна знаходиться на другій стадії й суттєво залежить від інвестицій, за таких умов не має можливості навіть для того, щоб потрапити до групи країн, що переходять з другої стадії на третю.

Взаємозалежними чинниками є конкурентоспроможність економіки та рівень життя населення. Чим вище рівень економічного розвитку країни тим, вище її конкурентоспроможність, в той же час, тим вище рівень життя населення, чим більш високі темпи розвитку економіки. Покращення рівня та

якості життя населення – це одна з необхідних умов розвитку людського потенціалу.

Таблиця 2. - Показники конкурентоспроможності країн у 2009 р.*

	Ранг	Індекс конкурентоспроможності	ВВП на душу населення, тис. дол.	Інфляція, %	Інвестиції, % від ВВП	Частка населення за межею бідності **, %
Швейцарі	1	5,6	41,4	-0,5	20,4	7,5
США	2	5,59	46	-0,3	12,3	12
Сінгапур	3	5,55	52,2	0,2	28,9	0
Швеція	4	5,51	36,6	-0,3	17,4	0
Данія	5	5,46	36	1,3	18,8	12,1
Фінляндія	6	5,43	34,1	0	19,8	0
Німеччин	7	5,37	34,1	0,3	17,9	11
Японія	8	5,37	32,7	-1,4	20,6	0
Канада	9	5,33	38,2	0,3	20,9	10,8
Нідерланд	10	5,32	39,5	1,2	18,9	0
Гонконг	11	5,3	42,8	-0,5	20,9	10,5
Тайвань	12	5,22	32	-0,9	18,7	1,08
Великобр	13	5,2	34,8	2,2	14,9	14
Норвегія	14	5,19	57,4	2,1	21,4	0
Австралія	15	5,17	40	1,8	28,5	0
Франція	16	5,13	32,6	0,1	20,6	6,2
Австрія	17	5,13	39,2	0,4	20,8	6
Бельгія	18	5,09	36,8	0	21,4	15,2
Корея	19	5	28,1	2,8	29,3	15
Нова Зел.	20	4,98	27,4	0	20,1	0
Чехія	31	4,67	24,9	1	22,7	0
Естонія	35	4,56	18,5	-0,1	21,8	19,5
Словенія	37	4,55	27,7	0,9	24	12,3
Польща	46	4,33	17,9	3,5	20,1	17
Словаччи	47	4,31	21,1	1,6	23,6	21
Ліва	53	4,3	15,5	4,5	18,3	4
Росія	63	4,15	15,1	11,7	20,2	15,8
Румунія	64	4,11	11,5	5,6	25,6	25
Латвія	68	4,06	14,4	3,5	21,3	0
Болгарія	76	4,02	12,5	1,6	24,8	14
Україна	82	3,95	6,3	12,3	18	35
Грузія	90	3,81	4,4	1,7	22,5	31

*Розроблено автором на основі даних The Global Competitiveness Index 2009–2010 та CIA World Factbook [6, 7].

Серед фундаментальних чинників національної конкурентоспроможності важливе місце посідає здоров'я та початкова освіта, до групи чинників, що підтримують ефективність належить вища освіта, але найголовнішим залишається рівень оплати праці, який визначає рівень доходів населення країни та платоспроможний попит. Саме низький рівень оплати праці, соціальних виплат стали основними причинами того, що Україна серед усіх досліджених країн має найвищий показник частки населення, що знаходиться за межею бідності. Саме розвиток людського капіталу та покращання якісного складу трудових ресурсів має стати однією з ключових фундаментальних складових національної програми підвищення конкурентоспроможності. Важливе місце у цьому також має бути відведено покращенню соціальної сфери, перед усім сфер охорони здоров'я, дошкільної та початкової освіти, вищої освіти. Таким чином, пошук шляхів підвищення національної конкурентоспроможності стає важливим не тільки для покращення позиції країни на світовій арені, а й для створення належних умов для подальшого економічного зростання розвитку людського потенціалу.

Керівники країн, провідні політики та економісти мають систематично відстежувати зміни позицій у світовому рейтингу конкурентоспроможності. За даними вересня 2010 року відбулися суттєві зміни у рейтингу конкурентоспроможності країн. З початку 2010 року міцно тримається на першому місці Швейцарія, покращили свої рейтинги Швеція (з 4 місця перемістилася на друге), на дві позиції покращили свої результати Німеччина, Японія та Нідерланди, які, за попередніми даними 2010 року, посіли 5, 6 та 10 місце, відповідно. Якщо останніми роками домінування США у світовому рейтингу було безперечним, країна посідала 1 чи 2 місце, то за останніми даними у рейтингу конкурентоспроможності місце країни знизилося до 4. Зі знаком мінус серед першої десятки країн у світовому рейтингу також змінилися місця Фінляндії, Данії, Канади [4]. Слід також відзначити, що у світовій десятці найбільш конкурентоспроможних країн шість – це провідні країни Єврозони, яким вдається зміцнювати свої позиції, перед усім це Швейцарія, Швеція та Німеччина. Висока позиція провідних Європейських країн, що входять до групи лідерів, у значній мірі підкріплюється позитивними наслідками процесів глобалізації, а саме формуванням єдиного економічного, фінансового, інформаційного простору у рамках Єврозони.

Посилення й поглиблення кризи у таких пострадянських країнах, як Азербайджан, Латвія, Казахстан, Україна, відсутність належних умов для розвитку бізнесу, нестабільна макроекономічна ситуація, подальше зниження рівня життя населення призвели до того, що за 9 місяців 2010 року позиції цих країн ще більш суттєво погіршилися: Україна опустилася до 89 місця, Азербайджан, Латвія, Казахстан погіршили свої рейтинги на 6, 2 та 5 позицій

[4]. На сьогоднішній день, за даним Всесвітнього економічного форуму визначено країни, які знаходяться на тій чи іншій стадії розвитку (рис.1) [6].

Усі країни, що входять до першої двадцятки рейтингу конкурентоспроможності знаходяться на 3 стадії розвитку, тобто стадії конкурентоспроможності на основі інновацій. Україна разом з Армєнією знаходяться на другій стадії - конкурентоспроможності, яка заснована на інвестиціях. Росія переходить зі стадії конкурентоспроможності на основі інвестицій до конкурентоспроможності на основі інновацій поряд з такими пострадянськими країнами, як Латвія та Литва, та європейськими країнами, Польщею, Румунією, Угорщиною, Хорватією.

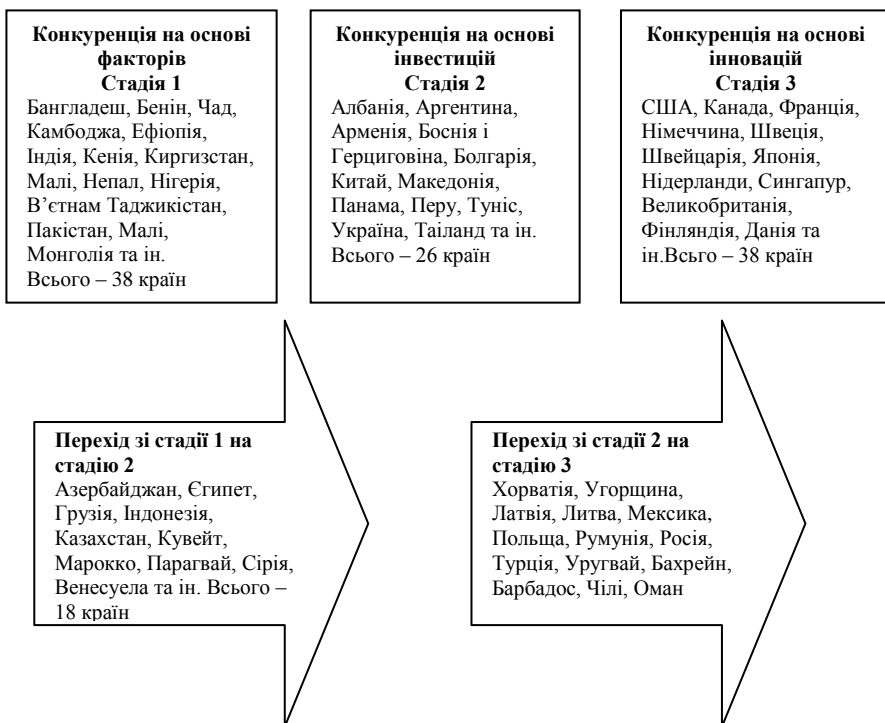


Рисунок 1. Країни за стадіями розвитку

Необхідно констатувати той факт, що серед країн, які знаходяться на третій стадії конкурентоспроможності, немає жодної пострадянської країни та країни

Східної Європи, в основному це країни, які знаходяться у першій двадцятці, серед яких міцні позиції займають країни Єврозони. Таким чином,

можна стверджувати, що рівень інноваційної активності у значній мірі визначає позицію країни у світовому рейтингу конкурентоспроможності.

Характеризуючи сучасну світову економіку на основі розподілу країн за стадіями конкурентоспроможності слід відзначити, що лише третина країн, які увійшли до вибірки Всесвітнього економічного форуму, знаходяться на третій стадії розвитку, на якій конкурентоспроможність зумовлюється інноваційним напрямком розвитку економік країн. Майже половина – це країни, які знаходяться на першій стадії чи стадії переходу з першої до другої. Це свідчить про недостатній рівень розвитку світової економіки й зумовлює суттєву диференціацію умов розвитку країн, які знаходяться на першій та третій стадіях. У майбутньому швидкого покращення та розвитку світової економіки важко очікувати, оскільки внаслідок фінансово-економічної кризи окремим країнам важко утримуватися на третій стадії й підтримувати інноваційну спрямованість розвитку, а готові до переходу з другої до третьої стадії менш 10% досліджених країн.

На сьогоднішній день вчені наполягають на тому, що у майбутньому саме інноваційний розвиток країн буде визначати їх конкурентоспроможність й вектор розвитку світової економіки в цілому. Підвищується також роль рівня освіти і науки, який визначатиме кваліфікацію працівників й темпи науково-технічного прогресу, наголошується на необхідності підвищення ефективності комунікацій й транспортної інфраструктури, створення та підтримки сприятливого бізнес-середовища [1].

Висновки. Дослідження міжнародної конкурентоспроможності країн в умовах глобального економічного розвитку залишається однією з найбільш важливих економічних напрямів. Процеси глобалізації сприяють загостренню міжнаціональної конкуренції. Провідні країни світу завдяки своєму економічному зростанню намагаються посилити свої конкурентні переваги, серед яких все більшого значення набувають стан та розвиток технічної сфери, інноваційні зрушення, сприятливе бізнес-середовище. Лідерами у світовому рейтингу конкурентоспроможності залишаються країни, які визнані лідерами в інноваційній сфері, це передусім провідні країни Європи, які входять до Єврозони (Швейцарія, Швеція, Фінляндія, Данія, Німеччина), найбільші країни Північної Америки (США та Канада). Конкуренцію цим країнам складають такі азіатські країни як Сінгапур та Японія.

Країни Східної Європи та пострадянські країни суттєво поступаються за рівнем конкурентоспроможності провідним країнам світу. Росія та Україна останнім часом і надалі втрачають свої позиції у світовому рейтингу, основними причинами чого стали макроекономічна та політична нестабільність, невизначеність бізнес середовища, і найголовніше – недостатні інвестиції та низькі темпи інноваційного розвитку.

Теорія міжнародної конкурентоспроможності країни має бути максимально використана сектором державного управління під час визначення головних пріоритетів та програм економічного розвитку. Першочерговим завданням пострадянських країн є забезпечення економічної відкритості та інтеграція у світове господарство, максимальне використання свого потенціалу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Dahlman Carl Technology, globalization, and international competitiveness: Challenges for developing countries/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.un.org/esa/sustdev/publications/industrial.../1_2.pdf>
2. Durand Mattine, Giorno Claude Indicators of international competitiveness: conceptual aspects and evaluation / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.oecd.org/dataoecd/40/47/33841783.pdf>
3. Gereffi Gary The International Competitiveness of Asian Economies in the Apparel Commodity Chain/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.usembassy.it/pdf/other/RS22445.pdf>
4. Press Releases / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <<http://www.weforum.org/pressreleases>>
5. Schnabel Morton International competitiveness labor productivity leadership and convergence among 14 oecd countries/[Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.esa.doc.gov/reports/internationalcompetitiveness.pdf>
6. The Global Competitiveness Index 2009–2010/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <[www3.weforum.org/docs/WEF_Global Competitiveness Report_2010-11.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global%20Competitiveness%20Report%202010-11.pdf)>
7. World Factbook / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>>
8. Антонюк Л. Л. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації: Дис... д-ра екон. наук: 08.05.01 / Антонюк Л. Л. — К., 2004. — 463 с.
9. Головченко Н.З. Міжнародна конкурентоспроможність національної економіки та її регіонів в умовах глобалізації: методичні підходи/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr/ep/2010_2/files/EC210_15.pdf>
10. Данейко П. В. Национальная конкурентоспособность: новая парадигма/[Електронний ресурс]. — Режим доступу: <research.by/pdf/1999_n2r01.pdf>
11. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення [Текст]/ За ред. д-ра екон. наук І. В. Крючкової. — К: Основа, 2007. - 488 с.
12. Манцуров І.Г. Статистика економічного зростання та конкурентоспроможності країни [Текст]/ Монографія/ І.Г. Манцуров. — К.: КНЕУ, 2006. — 396 с.
13. Нілова Н.М., Крапивний І.В. Конкурентоспроможність економіки та чинники її зростання/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.lib.academy.sumy.ua/library/Article5_CNilova_6.pdf>
14. Портер М. Конкурентные преимущества стран / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.seinstitute.ru/Files/Veh6-35_Porter.pdf>
15. Уніят А. В. Критерії та оцінка конкурентоспроможності країн на міжнародному рівні [Текст]/ А. В. Уніят // Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 7-13. — (світова економіка й міжнародні економічні відносини).
16. Швець І. Конкурентоспроможність країн сучасного світу: аналіз факторів впливу/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.dialogs.org.ua>

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНИЧИХ АНАЛОГІЙ ДЛЯ МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

У статті здійснено огляд напрямків впровадження методу аналогій в кількісних економічних дослідженнях та теоретично обґрунтовано доцільність застосування даного методу для моделювання економічних систем. Проаналізовано деякі приклади практичного використання фізико-математичних аналогій для описання економічних процесів і явищ та висвітлено переваги та деякі недоліки даного методу.

Ключові слова: аналогія, метод аналогій, фізико-математичні моделі економічних процесів.

В статье осуществлен обзор направленный внедрения метода аналогий в количественные экономические исследования и теоретически обоснованно целесообразность применения данного метода для моделирования экономических систем. Проанализированы некоторые примеры практического использования физико-математических аналогий для описания экономических процессов и явлений и отражены преимущества и некоторые недостатки данного метода.

Ключевые слова: аналогия, метод аналогий, физико-математические модели экономических процессов.

The article deals with the directions of the analogies method introduction in quantitative economic researches. The expedience of application of this method for the design of the economic systems is theoretically grounded. Some examples of the practical use of physic and mathematics analogies for description of economic processes and phenomena are analysed and the advantages and some defects of this method are pointed out.

Keywords: analogy, analogies method, physics and mathematics models of economic processes.

Постановка проблеми. Одним із методів дослідження соціально-економічних систем є встановлення подібності їх ознак із закономірностями розвитку явищ у природі. Такий метод дозволяє описувати соціально-економічні процеси за допомогою природничо-математичних аналогій. На основі аналогій встановлюють статистичні закономірності, функціональні залежності, здійснюють умовиводи з певною вірогідністю. Економіко-математичні моделі соціально-економічних систем, створені на основі природничих аналогій, мають як внутрішні, так і зовнішні особливості, які зумовлені тим, що соціально-економічні системи існують у нестабільних умовах ринку та змінні у часі відносно використання наявних трудових, фінансових та матеріальних ресурсів. Застосування методу аналогій потребує вивчення обмежень, які виникають завдяки неповній тотожності розвитку природничих та економічних процесів, тобто виникають питання щодо адекватності таких співставлень та встановлення межі (границі), поза якою таке співставлення стає недоречним.

Аналізуючи існуючу літературу з даного питання було виявлено, що дослідники природничих аналогій економічних систем акцентують свою

увагу перш за все на подібні властивості та закономірності досліджуваних явищ, не звертаючи особливої уваги на протиріччя та відмінності, що виникають при моделюванні складних явищ. Існує також проблема однозначності такого роду моделей, оскільки багато авторів, наприклад, різним фізичним величинам присвоюють зовсім різні за змістом економічні параметри і це зумовлює неоднозначність і суперечливість моделей.

Традиційний аналіз динаміки економічних процесів економіки переважно будується на основі досліджень статичних моделей, які за своїм змістом мають обмеження і можуть претендувати лише на початкову оцінку впливу різних чинників на тенденції розвитку. Виходячи з цього, для дослідження динамічних соціально-економічних процесів необхідно враховувати метод еволюційних природничо-математичних аналогій, які мають свої особливості та обмеження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядаючи історію розвитку економічної науки, можна помітити, що вона завжди супроводжувалась використанням методів більш розвинених, зокрема, природничо-математичних наук, з метою більш точного і достовірного відтворення кількісних та якісних зв'язків та відношень економічних систем. Уперше фізичні аналогії в економіці почали використовувати дослідники Нового часу (XVII-XVIII ст.), це було зумовлено тим, що створення економічної теорії як цілісної науки здійснювалося значною мірою представниками природничих наук (наприклад, У. Петті – був доктором фізики, професором анатомії, Ф. Кене – лікарем за фахом тощо). В політичній економії природничо-математична аналогія як метод пізнання застосовувалась багатьма відомими дослідниками, наприклад, Ф. Кене визнавав, що його "Економічні таблиці" щодо процесу суспільного відтворення він склав по аналогії з кровообігом в людському організмі. Як відомо, сам термін «економіко-математичні методи і моделі» з'явився лише на початку ХХ ст., у цей час набула значного поширення методологія неопозитивізму, що ототожнювала внутрішню природу економічних і природничих процесів і явищ і, відповідно, переносила методи дослідження природничих наук на економічні процеси, а це, у свою чергу, сприяло вивченню аналогій між фізичними та економічними процесами. У 90-х роках ХХ століття у світовій науці з'явився і набув значного розвитку напрям досліджень під назвою «фізична економіка», що зосередив увагу на вивченні аналогій між законами фізики та законами економіки. На даний час фізико-математичним аналогіям в економічних дослідженнях присвячено багато робіт, наприклад, [1-7]. Для описання складних економічних систем використовують такі природничі аналогії, як термодинамічні, біологічні, гравітаційні та електромагнітні .

Особливістю створених економетричних моделей на основі аналогії з природничими моделями є те, що автори проводили зіставлення на основі

тотожності математичних формулювань, виділяючи лише схожі властивості.

Основними напрямками розвитку фізичних аналогій на сьогодні виступають: дослідження динаміки прибутковості цінних паперів, розподіли багатства і доходів у суспільстві за допомогою методів статистичної фізики; застосування моделей квантової механіки для вивчення взаємодії економічних агентів (за аналогією із взаємодією елементарних частинок).

Метою статті є аналіз особливостей використання природничо-математичних аналогій для дослідження економічних процесів, виявлення деяких переваг, недоліків та обмежень при застосуванні даного методу для моделювання економічних систем.

Вклад основного матеріалу. Соціально-економічні системи є складними для описання, тому часто неможливо вказати фундаментальні закони їх розвитку з причини браку знань про відповідні процеси і явища. Одним з плідних підходів до такого типу об'єктів є використання аналогій з уже вивченими явищами. Світ, що оточує людину, існує у єдності, дослідники ефективно використовують цю властивість природи, що виражається в універсальності математичних моделей. Для економіста знайомство з природничими науками - це, перш за все, можливість визначити місце своєї науки в процесі пізнання, виявити її специфіку, зокрема зрозуміти, чи є низькі прогностні якості економічних досліджень наслідком недостатньої вивченості об'єктів або зумовлюються специфікою аналізованого середовища.

Серед різноманіття класифікацій та видів математичних моделей особливу роль відіграють лінійні та нелінійні моделі економічних систем. Для нелінійних моделей, математичні моделі яких, на відміну від лінійних, не задовольняють принцип суперпозиції, знання про поведінку частини об'єкта ще не гарантує знання поведінки усього об'єкта, а його реакція на зміну умов може кількісно залежати від амплітуди цієї зміни. Фундаментальні закони природи – закон тяжіння та закон Кулона – нелінійні (як квадратичні залежності сили взаємодії між масами або зарядами), тому моделі, що на них спираються, також нелінійні. Нелінійність законів та закономірностей в соціально-економічних системах спричинюється взаємодією виробників та споживачів на ринку товарів і послуг, а також втручанням у цей процес державного управління. Більшість реальних процесів і відповідних їм математичних моделей нелінійні. Лінійні моделі відповідають переважно частинним випадкам і є дуже наближеними, їх доцільно використовувати лише для грубих оцінок параметрів соціально-економічних систем.

Аналогію застосовують переважно на ранніх етапах пізнання соціально-економічних процесів та явищ, коли висуваються припущення.

Неповторність соціально-економічних явищ зумовлює те, що суспільні аналогії важче довести, ніж аналогії природничих явищ. Тому економічні аналогії дають знання певного ступеня імовірності, які можуть перетворюватися на достовірні при умові системного застосування у процесі наукового дослідження різних форм умовиводу — індукції, абдукції та дедукції. Здійснення дослідження за аналогією є складним цілеспрямованим розумовим процесом, в якому застосовуються у єдності і взаємопроникненні прийоми аналізу і синтезу. Учені, що працюють у сфері природознавства, техніки й математики, виконують у своїх областях знань такі дослідження, які мають безпосереднє відношення до еволюції соціально-економічної системи. Підтвердженням цього є взаємопроникнення між методами соціально-економічними і природними науками. Експериментальний метод дослідження і точні кількісні методи широко використовуються у пізнанні закономірностей соціальних явищ. Природничо-математичні методи і моделі продемонстрували свою плідність при вивченні різноманітних соціальних явищ - демографічних, політичних, соціально-економічних. Метод аналогії дозволяє перенести в область соціально-економічних наук багато ідей синергетики, що стосуються трактування ролі нестійкості і випадковості в процесах еволюції, які досліджуються за допомогою динамічних моделей.

Багато фізичних процесів ґрунтовно і всебічно вивчені на основі застосування нестационарних та нелінійних математичних рівнянь, а економічні моделі не у повній мірі відображають динаміку та вагомі особливості економічних систем. Якщо розглядати процеси конкуренції і кооперації, стає зрозуміло, що вони виступають єдиним взаємообумовленим діалектичними процесом, оскільки конкуренція, що підсилюється у світі на різних рівнях, приводить до посилення коопераційних процесів. Окрім проведення аналогії між положеннями, раніше сформульованими фізиками, і економічною проблематикою, дослідники шукають області, в яких зроблені економістами відкриття можуть сприяти подальшому просуванню у фізиці. Наприклад, існує припущення, що математичне пояснення таких ефектів, як дефолт або пробій курсу акцій, зможе пролити світло на ряд ефектів у квантовій теорії рідини і на невідомий фізикам до теперішнього часу ефект фазового переходу нульового роду. Відносна обмеженість можливостей окремих методів аналізу економіко-транспортних зв'язків привела вчених до пояснення загальних закономірностей територіальної організації виробництва просторових взаємозв'язків і взаємообміну за допомогою гравітаційних моделей, а також моделей потенціалів просторової взаємодії. Якщо розглядати закон гравітації у фізиці, то маси там є сталими величинами, а в економетричній гравітаційній моделі відповідні «маси»

змінюються з часом, оскільки існує динаміка чисельності населення, відбуваються зміни економічних ресурсів різних регіонів держави.

Цікавою і водночас суперечливою виступає аналогія між механізмом роботи ринку в економіці та закономірностями термодинаміки. Учасники ринку взаємодіють між собою подібно молекулам. Якщо молекули, стикаючись, перерозподіляють свої імпульси і енергію, то при здійсненні операцій між учасниками ринку відбувається обмін товарами, грошима і послугами. Не дивлячись на існування видимих паралелей між дисциплінами і на можливість формалізації економічних проблем в рамках моделей, що описуються природничими науками, залишається сумнівним, чи буде це сприяти просуванню в розумінні процесів, що вивчаються економікою. Так, гроші в тому вигляді, в якому вони присутні в рамках мікроекономічних моделей, мають певні властивості елементарних частинок. Проте якщо брати гроші як єдиний агрегат (з чим має справу макроекономіка), можна помітити, що вони володіють рядом нових якостей, не властивих фізичним частинкам.

Висновки. Метод аналогії як перенесення інформації про одні об'єкти на інші є гносеологічною основою моделювання. Сутність цього методу полягає у відтворенні властивостей об'єкта дослідження на спеціально створеному аналогові – моделі. Наукова аналогія є висновком, в ході якого на підставі виявлення схожості або спільності ряду істотних ознак у двох об'єктів або часткової тотожності співвідношень їх елементів і обліку відмінностей між ними в інших відносинах робиться вивід про те, що одному з них властиві такі властивості, які виявлені при дослідженні іншого об'єкту (моделі). Економіка успішно використовує різні гілки природничих наук для чіткого формулювання розмитих термінів економіки і пошуку між ними кількісних та якісних співвідношень. Вивчення аналогій, крім розширення світогляду, дозволяє використовувати досягнення більш розвинених природничих наук для кращого розуміння ідей та методів в умовах сучасної ринкової економіки. Математичні моделі економічних об'єктів, що важко формалізуються, завжди містять у собі неповні або не повністю відомі характеристики поведінки живих істот, тому до них не зовсім доцільно пред'являти вимоги щодо адекватності і точності, характерні для моделювання проблем технології та природознавства. Однак і у вищих ступенях складності даної сфери аналіз, прогнозування і прийняття рішень переважно ґрунтуються на використанні таких основоположних методів, як метод аналогії та подібності між природничими та економічними явищами. Застосування методології математичного моделювання з використанням природничих аналогій і обчислюваного експерименту є необхідним і важливим в даній області досліджень. При використанні природничих аналогій для моделювання економічних систем слід більше звернути увагу на відмінні риси

співставлюваних явищ, а також враховувати нелінійність і динамічність, складність і багатофакторність економічних систем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамов, А. П., Иванилов, Ю. П. Физика и математическая экономика [Текст]. — М.: Знание, 1991.— 48 с.— (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Математика, кибернетика»; № 8).
2. Веников, В.А. Теория подобия и моделирования [Текст]. — М.: Высшая школа 1986 г. — 480с.
3. Батороев, К.Б. Аналогии и модели в познании [Текст]. — Новосибирск: Наука, 1981 г. — 320с.
4. Долішній, М.І., Стадницький, Ю.І., Загородній, А.Г., Товкан, О.Е. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: Навчальний посібник [Текст].— Львів: Національний університет „Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр „ІНТЕЛЕКТ" Інституту післядипломної освіти), „Інтелект-Захід", 2003. — 256 с.
5. Конторов, Д.С., Михайлов, Н.В., Саврасов, Ю.С. Основы физической экономики (Физические аналогии и модели в экономике) [Текст]. — М.: Радио и связь, 1999. — 184 с.
6. Самарский, А.А., Михайлов, А.П. Математическое моделирование: Идеи. Методы. Примеры [Текст]. — М.: Наука. Физматлит, 1997. — 320 с.
7. Цирлин, А.М. Методы оптимизации в необратимой термодинамике и экономике [Текст]. — М.: ФИЗМАТЛИТ, 2003. — 416 с.

ТЕХНІЧНІ НАУКИ

УДК 519.86

О.В. Ляшко, Л.М. Чабак

ПРОГНОЗУВАННЯ ТА МОДЕЛЮВАННЯ ЦІНИ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ

У статті проаналізовано сучасні методи прогнозування фондових індексів та представлено аналітичне завдання фрактальної моделі ціноутворення фінансових активів.

Ключові слова: фінансовий ряд, фондовий індекс, фрактал, хвиля Елліота.

В статье проанализированы современные методы прогнозирования фондовых индексов и представлено аналитическое задание фрактальной модели ценообразования финансовых активов.

Ключевые слова: финансовый ряд, фондовый индекс, фрактал, волна Эллиота.

The article deals with the modern methods of forecasting stock index and presented analytical task fractal model of pricing financial assets/

Keywords: financial series, Elliot wave/.

Вступ. 2009 рік став одним з найважчих років для української економіки, проте індекс акцій Української біржі (UX) станом на 21 грудня того ж року зріс на 94%, а індекс ПФТС – на 92%. Майже рекордне падіння вартості українських цінних паперів у січні-лютому 2009 змінилося активним зростанням на початку березня. Протягом перших трьох місяців 2010 року ціновий тренд на українському ринку цінних паперів демонстрував стабільну позитивну динаміку. Індекс ПФТС протягом першого кварталу зріс на 61% (з 585,36 до 940,22 пунктів).

Хоча, сам тренд був цілком очікуваний після нищівного падіння з докризових рівнів, швидкість зростання індексів перевершила всі очікування. Це говорить про те, що задача прогнозування фінансово-економічних рядів була, є і буде надзвичайно актуальною. Вона цікавить науковців та практиків, які інвестують свої кошти та бажають отримувати прибутки.

Мета статті та невирішена раніше частина загальної проблеми.

Проаналізувати новітні методики прогнозування та моделювання фондових індексів, зокрема розробки вітчизняних вчених. Представити модель ціноутворення фінансових активів на фондовому ринку з допомогою використання апарату поліосновного Q-представлення чисел.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. До сучасних інструментів аналізу оперативної фінансової інформації належать: статистичні методи, еволюційне програмування, генетичні алгоритми, нейромережі, апарат нечіткої логіки, хвильовий аналіз, технічний аналіз.

Проаналізувавши останні дослідження у цьому напрямку хотілося б виділити такі розробки сучасних вчених.

У [1] пропонується застосування технології складних ланцюгів Маркова (ланцюгів Маркова з пам'яттю). Головною відмінністю складних ланцюгів Маркова від простих є урахування післядії або пам'яті. Технологія передбачає прогнозування ряду за ієрархією інтервалів дискретизації часу та послідовного «склеювання» результатів прогнозів на різних частотних рівнях у один вихідний ряд прогнозу. Даний підхід дозволяє найбільш повно використати інформацію, яка міститься в часовому ряді і отримати найбільш адекватне його продовження. Досліджуваний процес описується у вигляді часового ряду ціни $p(t)$ із заданим проміжком дискретизації Δt

$$p_{ti} = p(t_0 + i \cdot \Delta t)$$

Дискретне представлення ряду є фактично способом існування даної системи. Формування цін відбувається на основі угод, укладених на ринку в певні дискретні моменти часу, а часовий ряд ціни є рядом усереднених рівнів ціни за вибрані проміжки часу. Кожен трейдер, який є частиною системи ціноутворення, під час прийняття рішення працює з суто дискретними рядами на вибраному часовому інтервалі. При прямуванні $\Delta t \rightarrow 0$ точність представлення даних досягає певної межі, оскільки при достатньо малих Δt ціна змінюється стрибком в момент здійснення угоди, а протягом часу між угодами залишається незмінною і рівною останній угоді. Процедура прогнозування та склеювання є ітераційною та проводиться, починаючи з менших приростів, додаючи на кожному кроці прогноз з більшим приростом часу.

Роботу [2] присвячено ймовірнісному прогнозуванню процесів ціноутворення на фондових ринках. Запропоновано два типи математичних моделей: ймовірнісна модель у вигляді динамічної мережі Байєса та авто регресійна модель, які є взаємодоповнюючими, що сприяє підвищенню якості прогнозу і рішень щодо торгових операцій на біржі. Побудовано модель для прогнозування нестандартних ситуацій. Застосування ймовірнісної моделі дає можливість підвищити якість короткострокового прогнозу складного стохастичного процесу ціноутворення. Це можна пояснити можливістю враховувати невизначеності різного характеру.

Робота [4] аналізує сучасні адаптивні методи короткострокового прогнозування, які стали підручним інструментом для прогнозування фондового ринку.

У [3] викладений алгоритм мультифрактального флуктуаційного аналізу (МФФА), протестований на бінарному мультифракталі Кантора і некорельованому самоподібному ряді. Основним методом опису

економічних систем є часові ряди, а найбільш яскравим прикладом є обмінні курси валют. Дослідження показують, що відповідні їм часові ряди володіють мультифрактальним спектром, дослідження якого досягається методом МФФА.

У [5] автори пропонують прогнозування фінансових ринків з допомогою штучних нейронних мереж. На їх думку відмінність цього підходу від стандартних полягає в тому, що він, дякуючи можливості роботи з «зашумленими» даними, робить систему гнучкою, і хоча не вирішує задачу зі сто процентною точністю, може принести значний прибуток у фінансовій сфері. На сьогоднішній день ринок пропонує достатню кількість програм, що реалізують нейромережеві підходи для розв'язання задач прогнозування. Однак, не завжди вони враховують всі потреби користувачів.

Виклад основного матеріалу. Зіткнувшись із проблемою браку адекватного методологічного інструментарію для аналізу процесів фінансового ринку, науковці застосували методологію інших наук, передовсім природничих та соціальних. Як результат поєднання різних способів пізнання з'явилися наступні теорії фінансового ринку: теорія рефлексивності Дж. Сороса, теорії синергетики, хаосу, комплексності, еконофізики. Розширення уявлень про природу фінансових ринків та фінансових активів як товарів фінансового ринку відкриває нові можливості для дослідження і дозволяє удосконалити існуючі методи.

Класичні теорії аналізу фінансових часових рядів виходять із припущення про стохастичну природу фінансових ринків, їх керованість непередбачуваними стохастичними змінними. Вони базуються, у першу чергу, на гіпотезах про „випадкові блукання” цін і віддачі фінансових активів, а також про інформаційну ефективність ринку. За таких умов вважають, що ринок миттєво реагує на нову інформацію, усі активи оцінені правильно, а всі учасники ринку знаходяться в однакових умовах. Однак емпіричні спостереження демонструють особливі властивості розподілу, спільні для більшості активів, які не вписуються у класичну лінійну парадигму фінансового ринку, зокрема: ефект кластеризації волатильності, гостровершинність та асиметричність закону розподілу віддачі. Такі особливості можуть бути проявом нелінійних залежностей у фінансових часових рядах.

В сучасному економічному світі ведуться активні пошуки альтернативних (до класичного «броунівського» погляду) підходів до моделювання руху цін на фондових ринках, які б могли забезпечити кращий рівень апроксимації. В наш час багато науковців використовує теорію фракталів. Одним з перших досліджень ринкових фракталів є робота Б.Вільямса «Торговий хаос» [6]. Остаточного визначення терміну «фрактал» на сьогодні немає, вперше його застосував американський математик Бенуа Мандельброт.

Таблиця 1. – Визначення фрактальної множини.

Автор	Рік	Визначення
Ф. Хаусдорф	1919	Множина, спеціальна метрична розмірність якої є дробовим числом (фрактали у вузькому розумінні).
Б. Мандельброт	1975	Множина метричного простору, розмірність Хаусдорфа-Безиковича якої більше його топологічної розмірності (фрактали в широкому розумінні)
Б. Мандельброт	1983	Структура, що складається із частин, в деякому смислі подібних цілому.
М. Працьовитий	1998	Більш ніж зчисленна множина, що має тривіальну (рівну нулю чи нескінченності) H_α міру Хаусдорфа, порядок α якої рівний її топологічній розмірності.

Ціновий рух між так званими «фрактальним стартом» та «фрактальним сигналом» описується хвилею Елліота (рис.1).

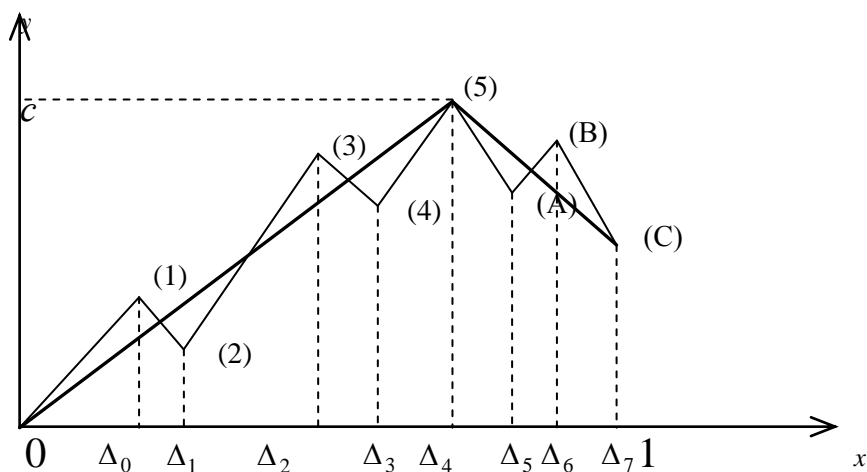


Рисунок 1. Класична хвиля Елліота.

В теорії хвиль Елліота особлива увага приділяється індивідуальним прикметам кожної з хвиль. Крім того існують певні правила пропорцій побудови хвиль Елліота (табл.2.)

Таблиця 2. – Класичне співвідношення хвиль

<i>Хвиля</i>	<i>Класичне співвідношення хвиль</i>
1	-
2	<i>0.382, 0.5 або 0.618 довжини хвилі 1</i>
3	<i>1.618, 0.618 або 2.618 довжини хвилі 1</i>
4	<i>0.382 або 0.5 довжини хвилі 1</i>
5	<i>0.382, 0.5 або 0.618 довжини хвилі 1</i>
A	<i>1, 0.618 або 0.5 довжини хвилі 5</i>
B	<i>0.382 або 0.5 довжини хвилі A</i>
C	<i>1.618, 0.618 або 0.5 довжини хвилі A</i>

Велику частину пакетів технічного аналізу становлять програми, які базуються на уяві про те, що вся інформація про коливання цін і їхні причини міститься в самих коливаннях. Проаналізувавши лише зміну ціни якогось фінансового інструмента в часі, можна з визначеною часткою ймовірності передбачати її трансформацію протягом ще деякого часу. Результати, представлені в працях Вільямса та його послідовників, носять описовий характер, а їх підтвердження ґрунтується на статистичних спостереженнях.

Ми пропонуємо аналітичне задання класичної хвильової діаграми руху цін Елліота на основі використання апарату теорії фракталів та поліосновних Q -представлень дійсних чисел [7].

Хвильова діаграма росту цін є фрактальною кривою, яка аналітично задається формулами:

$$x = a_{\alpha_1} + \sum_{k=2}^{\infty} a_{\alpha_k} \prod_{i=1}^{k-1} q_{im}, \text{ де } a_{\alpha_1} = \sum_{k=0}^{\alpha_1-1} q_{k1},$$

$$m = \begin{cases} 2, & \text{якщо } \alpha_k = 2n; \\ 3, & \text{якщо } \alpha_k = 2n-1; \end{cases}$$

$$y = f(x) = f(\Delta_{\alpha_1 \alpha_2 \dots \alpha_k \dots}) = b_{\alpha_1} + \sum_{k=2}^{\infty} b_{\alpha_k} \prod_{i=1}^{k-1} q_{im}, \quad \partial \epsilon$$

$$b_{\alpha_1} = \sum_{k=0}^{\alpha_1-1} (-1)^k q_{k1};$$

$$b_{\alpha_1} = \sum_{k=0}^{\alpha_1-1} (-1)^k q_{k1}; \quad b_{\alpha_k} = \sum_{i=0}^{\alpha_k-1} (-1)^i q_{im}, \quad m = \begin{cases} 2, & \text{якщо } \alpha_k = 2n; \\ 3, & \text{якщо } \alpha_k = 2n-1. \end{cases}$$

При цьому елементи матриці $Q = \|q_{ij}\|$, $i \in \overline{0,7}$, $j = \overline{1,3}$,

$$Q = \begin{pmatrix} q_{01} & q_{02} & 0 \\ q_{11} & q_{12} & 0 \\ q_{21} & q_{22} & 0 \\ q_{31} & q_{32} & 0 \\ q_{41} & q_{42} & 0 \\ q_{51} & 0 & q_{53} \\ q_{61} & 0 & q_{63} \\ q_{71} & 0 & q_{73} \end{pmatrix},$$

яка складається з елементів:

$$q_{01} = |\Delta_0|, \quad q_{11} = |\Delta_1|, \quad \dots, \quad q_{71} = |\Delta_7|,$$

$$q_{02} = |\Delta_0| \cdot \frac{1}{\varphi}, \quad q_{12} = |\Delta_1| \cdot \frac{1}{\varphi}, \quad \dots, \quad q_{42} = |\Delta_4| \cdot \frac{1}{\varphi},$$

$$q_{53} = |\Delta_5| \cdot (1 - \varphi), \quad q_{63} = |\Delta_6| \cdot (1 - \varphi), \quad q_{73} = |\Delta_7| \cdot (1 - \varphi)$$

визначаються на основі співвідношень, описаних Елліотом. ($\varphi = 0.618$ - число Фібоначчі). Вони володіють наступними властивостями:

- 1). $q_{ik} > 0$,
- 2). $\sum_i q_{ik} = 1$,

- 3). $\prod_{k=1}^{\infty} q_{i_k k} = 0$ для довільної послідовності $\{i_k\}$, $i_k \in A$,
4). $q_* = \inf_{ik} \{q_{ik}\} > 0$.

Подальші дослідження полягають у :

- вивченні фрактальних та диференціальних властивостей даної функції;
- розрахунку розмірності Хаусдорфа - Безиковича та показника Херста для класичної хвильової діаграми Елліота;
- дослідження можливості застосування даної моделі до прогнозування ціни на фондових ринках.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чабаненко Д. Алгоритм прогнозування фінансових часових рядів на основі складних ланцюгів маркова [Текст] / Д. Чабаненко // Вісник черкаського університету.– Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/vchu/N173/N173p090-102.pdf.
2. Бідюк П. Ймовірнісне прогнозування процесів ціноутворення на фондових ринках. [Текст] / П. Бідюк, А. Федоров // Системні дослідження та інформаційні технології. – Режим доступу: <http://dspace.nbuu.gov.ua:8080/dspace/bitstream/handle/123456789/12396/05-Bidiuk.pdf?sequence=1>
3. Олемской А. Мультифрактальный анализ временных рядов. [Текст] / А. Олемской, В. Борисюк, А. Шуда // Вісник СумДУ.- Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/VSU/Fiz/2008_2/08oaiavr.pdf.
4. Лукашин Ю. Адаптивные методы краткосрочного прогнозирования [Текст] / Ю. Лукашин. – М.: Финансы и статистика, 2003.- 416 с.
5. Гальчевская И. Прогнозирование финансовых рынков с использованием искусственных нейронных сетей. [Текст] / И. Гальчевская, Д. Рыжикова // Системный анализ та інформаційні технології.- Режим доступу: <http://sait.org.ua/books/sait2009.ebook.pdf>.
6. Вильямс Б. Торговый хаос. Экспертные методики максимизации прибыли. [Текст] / Б. Вильямс – М.: ИК Аналитика, 2000. – 305с.
7. Працьовитий М.. Фрактальний підхід у дослідженнях сингулярних розподілів. [Текст] / М. Працьовитий . - Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 1998.- 296с.
8. Фрост А. Дж. и Пректер Р. Волновой принцип Эллиота. [Текст] – М., 2001.
9. Турбин А. Фрактальные множества, функции, распределения. [Текст] / А. Турбин, Н. Працевитый - Киев: Наук. Думка, 1992. – 208с.

ЗМІСТ

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ		
Петровська С.В.	Маркеновий потенціал авіакомпанії	3
Жаворонкова Г.В.	Шляхи розвитку знань в Україні	9
Горя П.		
Бондар В.П.	Технологічні аспекти діяльності та розвитку підприємств	13
Бондаренко О. М.	Визначення та ідентифікація об'єктів прав інтелектуальної власності	
Білан М.П.		
Борісенко О.С.	Управління процесом інвестування в рекламну діяльність	
Вовк С., Сивак Р.	Мотиви і методи інтеграціоналізації діяльності міжнародних компаній: сучасні тенденції	
Подреза С.М.	Необхідність зміни маркетингової політики підприємств в умовах кризи	
Гурина Г.С		
Гафич О.І.	Експертний аналіз в системі вибору об'єктів пошуку родовищ нафти і газу	
Гриджук Г.С.	Система інформаційної безпеки підприємства: економічно ефективний підхід до проектування та функціонування	
Железняк О.О.	„Вплив конкурентного середовища на динаміку збуту товару у ринкових умовах	
Кузьменко О.С.		
Ейсмонт С. В	Формування оцінки економічної ефективності об'єднання підприємств ЗАНГ та лісового господарства	
Кравчук Н.М.	Напрямки інтеграції діяльності авіакомпанії	
Кам'янецька О.В.	Стан та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі в прикордонних зонах України	
Аль-Маая Ахмад Халіф	Результати впровадження євразійської Автотранспортної ініціативи	
Д.І. Ємельянцева	Проблеми державного перерозподілу доходів в Україні	

- В.Ю. Радзівілл Аналіз вітчизняної практики виконання фінансових планів державних підприємств
- Євтушенко О.В. Удосконалення системи оплати праці на базі обліку та аналізу її нарахування.....
- Сулима Л.О. Система підготовки бортпроводників на базі авіаційних навчальних центрів
- Мізіук С.Г.,
Чебоненко О.С. Аналіз інвестиційної привабливості підприємств будівельної промисловості
- Шкода Т.Н. Моделі компетенцій працівника
- Парій О.В.,
Полоус В.М Ризики формування та використання фінансових ресурсів підприємства
- Прохорова В.В. Формування механізму прийняття рішень з управління економічним розвитком підприємств
- Божанова О.В. Методичні аспекти прийняття рішень в процесі управління економічним потенціалом підприємств
- Шпирко О.М.
Сергієнко С.А. Ринок аудиторських послуг України
Методологічне дослідження маркетингових комунікацій як системи
- Охота В.І. Міжнародні кокурентні відносини країн в умовах глобального економічного розвитку
- Олещенко Л.М. Особливості використання природничих аналогій для моделювання соціально-економічних систем
- ТЕХНІЧНІ НАУКИ.....
- Ляшко О. В.,
Чабак Л.М. Прогнозування та моделювання ціни на фондовому ринку.....

Наукове видання

ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ

Збірник наукових праць

Випуск 35

Технічне редагування С.В. Петровська

Опубліковано в авторській редакції

Підписано до друку 16.09.10.

Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Офсетний друк.

Обл.-вид. арк. 12,25. Ум. друк. арк. 11,75.

Тираж 150 прим.

Замовлення № Л-78.

Друкарня «ППНВ»

03148, м. Київ, вул. Пшенична, 2