

ISSN 2078-1628

*Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Східноєвропейський університет
економіки і менеджменту*

***Вісник
Східноєвропейського університету
економіки і менеджменту***

Науковий журнал

***СЕРІЯ:
ЕКОНОМІКА І МЕНЕДЖМЕНТ***

Виходить 2 рази на рік

Заснований у серпні 2007 року

№ 1 (14), 2013

Черкаси 2013

ВІСНИК
Східноєвропейського університету
економіки і менеджменту

Серія: економіка і менеджмент

1 (14), 2013

Науковий журнал

*Журнал визнано ВАК України як фахове видання з економічних наук
(бюлетень ВАК України № 12, 2010 р.)*

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Почесний редактор Аблязов Р. А., д. т. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Інженерної академії України, президент Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.

Головний редактор д. е. н. Казарінова Н. Л.

Заступники головного редактора: д. е. н. Козловський В. В.; к. е. н. Дмитрук Б. П.

Редакційна колегія: д. е. н. Войтоловський М. В.; д. е. н. Савченко С. О.; д. е. н. Ус Г. О.; д. е. н. Сергеева Л. А.; д. е. н. Кисель Р.; д. е. н. Медведєв В. Ф.; д. е. н. Чаплигін В. Г.; к. і. н. Захарова І. В.

Відповідальний секретар Дешевенко Л. П.

Науковий журнал публікує статті з економічних проблем підприємств різних галузей промисловості, національного господарства, менеджменту, маркетингу, підготовлені професорсько-викладацьким складом, науковими співробітниками, аспірантами та здобувачами наукових ступенів вищих навчальних закладів, а також ученими та спеціалістами інших організацій, підприємств, установ.

Призначений для науковців, викладачів, аспірантів і студентів, спеціалістів національного господарства, державних і регіональних органів управління.

- Статті для публікації в науковому журналі відбираються на умовах конкурсу.
- Відповідальність за достовірність фактів, дат, назв, імен, прізвищ, цифрових даних, які наводяться, несуть автори статей.
- Редакція може публікувати статті в порядку обговорення, не поділяючи точки зору авторів.



ЗМІСТ

НОВА ЕКОНОМІКА

<i>Яремко Л. А., Полякова Ю. В.</i> Глобальна конкурентоспроможність регіону та фіскально-економічні аспекти її підвищення	7
<i>Порохня В. М., Андрейшина Н. Б.</i> Моделювання ринкової рівноваги з урахуванням впливу зовнішніх факторів	18
<i>Малик І. П.</i> Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні ...	25
<i>Єфіменко Т. І.</i> Подання показників соціалізаційних явищ і процесів у фінансовій звітності підприємств.....	34
<i>Гук В. І.</i> Прогноз населення Черкаської області на 2013 рік методом аналізу адитивних компонент часового ряду.....	42
<i>Шпак Л. О.</i> Особливості розвитку світових фінансових центрів.....	51
<i>Демессіє М. К., Заварзіна Г. В.</i> Економічна доцільність влаштування ландшафтно-архітектурних об'єктів з елементами озеленення на дахах будівель	62
<i>Башинська І. О.</i> Розвиток теорії інтегрованих маркетингових комунікацій та особливості їх формування в Україні	73

ЕКОНОМІКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

<i>Малюк О. С.</i> Особливості формування інвестиційного портфеля проектів з урахуванням екологічного чинника	81
<i>Лазоренко Л. В.</i> Корпоративна соціальна відповідальність як інноваційна стратегія бізнесу.....	89
<i>Бородач Ю.</i> Ефективність управління матеріальними потоками сборочного виробництва	96
<i>Грібах О. О.</i> Організаційна культура підприємства як чинник підвищення його конкурентоспроможності	104
<i>Гордєєва Т. А.</i> Оптимізація асортименту промислового підприємства з позиції маржинального підходу	112

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Задорожний І. С., Задорожний С. В.</i> Перспективи розвитку менеджменту у XXI столітті	121
<i>Козловська С. Г., Падурець Г. І., Чудаєва І. Б.</i> Емоційна компетентність та лідерство	130
<i>Літинська В. А.</i> Формування трудової кар'єри працівника на підприємстві	140
<i>Борвінко Е. В., Гордієнко В. О.</i> Оцінка ефективності цільових програм.....	147
<i>Безпарточний М. Г.</i> Роль торговельних підприємств у задоволенні потреб споживачів.....	155



<i>Боковець В. В., Романюк О. М.</i> Удосконалення системи управління сучасним промисловим підприємством.....	167
<i>Семенюк Н. О.</i> Визначення послідовності проведення аналізу оборотного капіталу підприємства.....	173
<i>Гавриш Г. О.</i> Проблеми становлення ринку послуг з економічної експертизи в Україні.....	181

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНЗ

<i>Порохня В. М., Ус Г. О.</i> Моделювання ефективності функціонування системи управління знаннями вищого навчального закладу	187
<i>Возна В. В.</i> Роль інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспроможності вищого навчального закладу	198

УНІВЕРСИТЕТСЬКЕ ЖИТТЯ

<i>Чудаєва І. Б.</i> Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми формування систем управління в умовах глобалізації: теорія, методологія, практика».....	211
Про відкриття аспірантури зі спеціальності 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці.....	220
Вітання проректору з підготовки наукових кадрів Ус Галині Олександрівні зі здобуттям наукового ступеня доктора економічних наук	223

НАШІ ЮВІЛЯРИ	225
---------------------------	-----

НАШІ АВТОРИ	226
--------------------------	-----

SUMMARY	228
----------------------	-----

**CONTENTS*****NEW ECONOMICS***

<i>Yaremko L., Poliakova Y.</i> Global competitiveness of a region and economic and fiscal aspects of its growth	7
<i>Porokhnia V., Andreishyna N.</i> Market balance modelling considering external factors	18
<i>Malyk I.</i> Trends of information economy development in Ukraine.....	25
<i>Yefimenko T.</i> Stating social phenomena and processes indices in financial reporting of enterprises	34
<i>Huk V.</i> Population of Cherkasy region forecast in 2013 by method of time series additive components analysis	42
<i>Shpak L.</i> Features of world financial centers development.....	51
<i>Demessie M., Zavarzina G.</i> Economic expediency of architectural landscape objects planning with the elements of roof planting	62
<i>Bashynska I.</i> Integrated marketing communications theory development and peculiarities of their formation in Ukraine	73

ECONOMICS AND INNOVATION MANAGEMENT ORGANIZATION

<i>Maliuk O., Kyryliuk V.</i> Special features of creation of the project investment portfolio with the ecological factor adjustment	81
<i>Lazorenko L.</i> Corporate social responsibility as innovative business strategy	89
<i>Borodach Y.</i> Management efficiency of material flow of assembling.....	96
<i>Gribakho O.</i> Organizational culture of an enterprise as a factor of competitiveness increase	104
<i>Gordeeva T.</i> Assortment optimization of an enterprise: marginal approach.....	112

MODERN MANAGEMENT

<i>Zadorozhnyi I., Zadorozhnyi S.</i> Prospects of management development in the 21st century	121
<i>Kozlovska S., Padurets G., Chudaieva I.</i> Emotional competence and leadership.....	130
<i>Litynska V.</i> Forming the worker's career in an enterprise	140
<i>Borvinko E., Gordiienko V.</i> Efficiency estimation of target programs	147
<i>Bezpartochnyi M.</i> The role of trade enterprises in satisfaction of consumers' needs	155
<i>Bokovets V., Romaniuk O.</i> Industrial management improvement.....	167
<i>Semeniuk N.</i> Defining the sequence of the company working capital analysis.....	173
<i>Havrysh H.</i> Aspects of development of economic expert analysis service market in Ukraine.....	181



***PROBLEMS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTION
DEVELOPMENT***

Porokhnia V., Us G. Modeling of the functioning efficiency
of the knowledge management system in higher education institute..... 187
Vozna V. The role of intellectual capital in the competitiveness
provision of a higher education institute 198

UNIVERSITY LIFE

Chudaieva I. B. International theoretical and practical conference
«Problems of the management system formation in a global world:
theory, methodology, practice»..... 211
Post-graduate study opening in speciality 08.00.11 – mathematical
methods, models and informational technologies in economics..... 220
Congratulating research staff training pro-rector Us Halyna Oleksandrivna
on receiving the Doctor of Economics degree 223

HEROES OF THE DAY..... 225

OUR AUTHORS 226

SUMMARIES..... 228



НОВА ЕКОНОМІКА

УДК 332.142.4

Яремко Л. А.,
Полякова Ю. В.¹

ГЛОБАЛЬНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ РЕГІОНУ ТА ФІСКАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЇЇ ПІДВИЩЕННЯ

Досліджуються фінансово-економічні аспекти зміцнення глобальної конкурентоспроможності українських регіонів в умовах фінансово-економічної кризи. Розглядається роль податкових інструментів в процесах залучення капіталу та стимулювання господарської діяльності підприємств регіону.

***Ключові слова:** господарська глобалізація, глобальна конкурентоспроможність регіону, податкове стимулювання конкурентоспроможності, податкові пільги.*

ВСТУП

Конкуренція і конкурентоспроможність стали чи не найуживанішими термінами в сучасній економічній лексиці. Будь-який бізнесовий проект мусить пройти випробування конкуренцією, підтвердити своє право на існування. Ідея соціального дарвінізму, висунута американським економістом Т. Вебленом ще на початку ХХ століття, матеріалізувалася в новітній економіці. Пропуском на ринок стає конкурентоспроможність, і це правило єдине для підприємця, корпорації чи галузі. В умовах господарської глобалізації й формування світового економічного простору суб'єктами конкуренції стають не лише підприємства, а й територіальні утворення: спочатку національні економіки, а згодом і регіональні.

У зв'язку з тим, що об'єктом нашого дослідження є регіон, зазначимо таке. В країні, як і у світі, відбувається процес регіональної інтеграції бізнесу, формування регіону як суб'єкта господарювання. Це обумовлено світовими тенденціями децентралізації, посиленням ролі території в організації суспільного життя. До цього спонукає і ерозія Вестфальської системи міжнародних відносин, яка проголошувала повний суверенітет держави, монополію її влади в межах національного простору. Господарська глобалізація обмежила самостійність країн в економічній сфері, знизила можливості захисту від зовнішньо-

¹ Рецензент – Дайновський Ю. В., д. е. н., професор



економічної експансії з боку іноземних агентів. Це посилює роль регіонів як повноправних суб'єктів суспільного розвитку.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Господарська глобалізація створює нові можливості та джерела розвитку, якими можуть і повинні скористатися країни та регіони. Зростає значення «зовнішнього чинника» поступу, який у розв'язанні окремих проблем є вирішальним. Успішне залучення в економіку територій зовнішніх матеріальних, фінансових та інтелектуальних ресурсів можливе за умови проведення активної цілеспрямованої політики. Цей шлях неминуче веде до глобалізації регіону, його участі в глобальній конкуренції.

Вітчизняні науковці дедалі більше уваги приділяють дослідженню проблем конкурентоспроможності національної економіки. Варто відзначити роботи О. Білоуса, Я. Жаліло, С. Соколенка, В. Сіденка, О. Швиданенка, О. Шнипко та інших. Менш вивченими залишаються питання формування конкурентоспроможності українського регіону з урахуванням специфіки оподаткування.

Актуальність означеної проблематики підтверджується тим, що підвищення конкурентоспроможності економіки країни визначено пріоритетом Державної програми активізації економіки на 2013–2014 роки [1, с. 6].

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сьогодні поруч з країнами суб'єктами глобальної конкуренції стають регіони, і це дає підставу говорити про глобальну конкурентоспроможність регіонів. Без досягнення конкурентоспроможності вони не могли б відбутися як учасники світових ринків. Тому глобальна конкурентна поведінка є необхідною умовою успішного розвитку ринку регіонів. Зрозуміло, що глобальна конкурентоспроможність не є самоціллю, а лише засобом досягнення головних цілей регіону, якими можна вважати економічний розвиток, добробут громади та економічну безпеку. З цього погляду цілком справедливо розглядати регіон як конкурентну соціально-економічну систему [2, с. 52], а глобальну конкурентоспроможність – як важливий системоутворювальний елемент глобалізованого регіону. В сучасних умовах зростає вплив світового господарства на регіональні економіки, створюючи залежність їх розвитку від подій на міжнародних ринках. Реакцією на такий стан речей є глобалізація регіонів, їх перетворення у гео економічних суб'єктів. Тому правомірним, на наш погляд, є твердження низки науковців (А. Андерсон, Р. Доманскі) про те, що конкуренція на світових ринках дедалі більше стає конкуренцією регіонів. Н. Калюжнова звертає увагу на універсальність проблеми, зазначаючи, що конкурентоспроможність регіону є першою з проблем, «...яку можна назвати глобальною проблемою сучасності», тобто такою,



що притаманна регіонам різного рівня у різних країнах [2, с. 83]. Підтвердженням цієї тези є внесення з 2002 року у рейтинги глобальної конкурентоспроможності поруч з країнами 300 національних регіонів, а з 2006 року – і 12 українських, у 2008 році – 15, у 2010 – 20 [3, с. 31].

Розглядаючи регіональну конкурентоспроможність, зазначимо, що між нею та національною, або макроекономічною конкурентоспроможністю немає принципової різниці. Можна говорити про їх схожість у формуванні конкурентних переваг. Відмінності стосуються масштабів та часових горизонтів, визначених цілей: на мезорівні – середньо- і довгострокові, а на макрорівні – наддовгострокові (історичні).

Викладене зумовлює необхідність з'ясування суті глобальної конкурентоспроможності регіону. Слід зазначити, що ця проблема останнім часом стала предметом зацікавлення багатьох науковців як на пострадянському просторі, так і в далекому зарубіжжі. Необхідно зауважити, що поки що відсутній консенсус щодо поняття глобальної конкурентоспроможності регіонів. У табл. 1 наведено різні підходи щодо цього. Використовуючи існуючі напрацювання та результати власного дослідження, пропонуємо таке визначення глобальної конкурентоспроможності регіону: це здатність регіону успішно функціонувати в глобальному середовищі, реалізовувати свої гео економічні інтереси, зокрема, отримання додаткових ресурсів розвитку, збільшення частки світового доходу і на цій основі домогтися прискорення економічного розвитку та зростання добробуту регіональної громади на тривалу перспективу.

Таблиця 1

Концепції глобальної конкурентоспроможності регіону

Автори концепції	Об'єкти дослідження	Головні положення концепції	
		Засоби досягнення конкурентоспроможності	Плановані цілі
1	2	3	4
Калужнова Н. Я. (Росія)	Конкурентоспроможність регіону, яка включає і глобальну	Використання світового досвіду і знань, переваг міжнародного територіального поділу праці	Зростання життєвого рівня та господарського потенціалу регіону, соціально-економічний розвиток країни
Група науковців Інституту економіки промисловості НАНУ (м. Донецьк) на чолі з акад. А. Амошею	Конкурентоспроможність регіону на внутрішніх і зовнішніх ринках	Ефективне використання виробничих та інших керованих факторів, досягнення оптимальних параметрів (властивостей) товару	Зростання регіонального ВВП на душу населення; зниження рівня безробіття; зростання чисельності населення; підвищення рівня освіти



1	2	3	4
Беленький П.Ю. Інститут регіональних досліджень НАНУ (м. Львів)	Конкурентоспро- можність регіону на внутрішніх і зовнішніх ринках	Дієвість усього комплексу механізмів господарювання регіону: інвестиційно- інноваційне забезпечення, регіональний маркетинг, використання екологічних факторів, якість управління	Досягнення високого рівня життя, краще задоволення потреб мешканців регіону
Брикова І. КНЕУ	Міжнародна конкурентоспро- можність національного регіону	Ефективне використання традиційних і створення унікальних ресурсів локального розвитку	Підвищення продуктивності і виробництва та рівня життя місцевого населення, забезпечення високого конкурентного статусу в геоекономічному просторі в довгостроковій перспективі
Науковці ОЕСР	Конкурентоспро- можність регіонів, країн в умовах між- народної конкурен- ції (комплексний підхід)	Підвищення ефективності економіки	Збільшення реального доходу громадян та зайнятості протягом тривалого часу

Регіональна конкурентоспроможність, як показано на рис. 1, формується за допомогою двох груп факторів: тих, що утворюються на рівні держави і реалізуються за допомогою державної політики, та тих, що складаються в регіоні.

Основа регіональної конкурентоспроможності формують державна економічна та соціальна політика. За допомогою податків, норм амортизації, преференцій, регулювання оплати праці встановлюються базові умови для ефективного господарювання. Державна політика, за винятком окремих преференцій депресивним територіям, створює рівні умови для регіонів і може прийматися як константа (на певному відрізку часу).

Попри важливість державної політики, все ж треба зазначити, що головні дії мають бути вчинені на регіональному рівні. Саме тут формуються основні джерела конкурентних переваг. Саме від активності органів регіонального управління, бізнесової та господарської еліт залежить рівень конкурентоспроможності території.

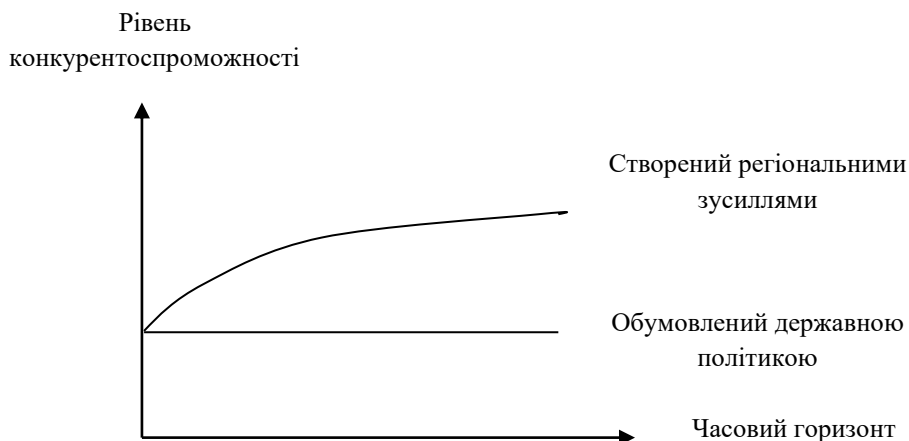


Рис. 1. Модель формування регіональної конкурентоспроможності

Деяко іншою є модель формування конкурентоспроможності глобалізованого регіону, зображена на рис. 2.

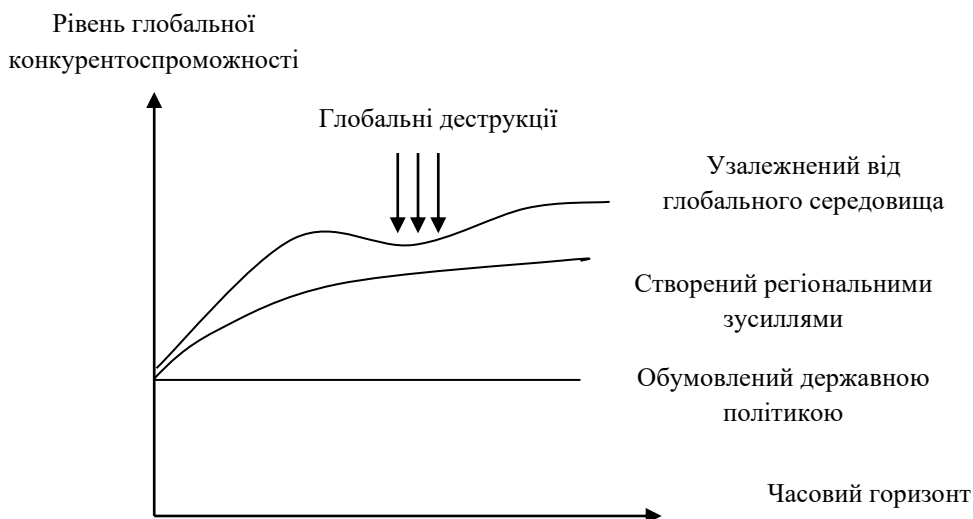


Рис. 2. Модель формування конкурентоспроможності глобалізованого ринку

Ця модель відрізняється від попередньої наявністю ще однієї групи факторів, що впливають на конкурентоспроможність регіону. Це фактори, пов'язані із глобальним бізнесовим середовищем. Воно, як попередньо зазначалося, створює додаткові можливості і додаткові загрози конкурентоспроможності. Можливості зміцнення конкурентоспроможності криються в посиленні інвестиційного забезпечення розвитку за рахунок надходження іноземних інвестицій,



зміцнення її технологічного складника – «технологічної конкурентоспроможності», запозичення організаційних інновацій, здійснення міжнародної промислової кооперації тощо. Це істотно посилює конкурентні позиції регіону. Цією можливістю користуються глобалізовані регіони. Разом з новими можливостями з'являються і нові загрози конкурентоспроможності глобалізованих регіонів. На рис. 2 вони означені як «глобальні деструкції».

До наведеного слід додати, що глобальна конкурентоспроможність регіону ґрунтується на засадах просторової конкуренції (визначення терміну та поняття належать Г. Хотеллінгу). Сучасні теорії простору ринку досліджують ефекти, які здійснює простір на ціноутворення та загальну рівновагу, акцентуючи увагу на значущості транспортних витрат [4, с. 43, 54, 67]. Йдеться про вплив територій на продуктивність використання виробничих факторів і можливості збільшення частки контрольованого ринку. Базові теорії просторової конкуренції охоплювали регіональний та міжрегіональні рівні. Глобалізація економіки розширила простір діяльності, спричинивши глобальну конкуренцію як суперництво на світових ринках і за світові ринки.

Регіон як суб'єкт просторової (конкретно, глобальної) конкуренції характеризується такими рисами:

1) полісуб'єктністю його представництва на світових ринках. Це означає, що там діють численні регіональні підприємства, частина з яких, до того ж, є інтегрованими суб'єктами;

2) координацією конкурентних дій різних суб'єктів господарювання, що передбачає існування відповідних управлінських структур на регіональному рівні;

3) системністю суперництва, в якому результат досягається спільними зусиллями економічних агентів, які виступають не відокремлено, а як єдиний і цілісний організм (регіон-корпорація). Його інтегруючими складниками виступають суб'єкти господарювання, владні органи, політичні і культурні інститути, громадські організації;

4) значними загрозами, пов'язаними з оперуванням у глобальному середовищі, які можуть негативно вплинути на економічний розвиток та добробут регіональної громади.

Глобальна конкурентоспроможність регіону – це також здатність протистояти викликам глобального середовища і забезпечувати зовнішньоекономічну безпеку. Одним із аспектів останнього є захист внутрішнього ринку від агресивного імпорту. Вже сьогодні загальна вартість імпорту становить близько 25 відсотків вартості вітчизняного виробництва товарів і послуг [5]. Просування на шляху євроінтеграції України, що його активізує уряд, може ще збільшити цю частку.



Зазначені проблеми можуть бути розв'язані шляхом зміцнення конкурентоспроможності країни та регіонів.

Глобальна конкурентоспроможність є багатоаспектним явищем, одним з яких є оподаткування. Податки – компонент стратегії бізнесу, регулятор його діяльності. Капітал, як відомо, орієнтується на прибуток, податки ж мають властивість його зменшувати. Тому бізнес є дуже чутливим до рівня оподаткування та його змін. Ще Ф. Енгельс іронічно зауважив, що найчутливішим місцем буржуа є його гаманець. Відома «крива Лаффера» ілюструє зміну поведінки підприємця в залежності від модифікації (зміни ставок) податкової політики. Це створює передумови для використання останньої в якості інструмента впливу на економічний розвиток. За її допомогою можна впливати й на конкурентоспроможність як підприємств, так і регіону в цілому.

Глобалізований, тобто зовнішньоорієнтований регіон позиціонує себе у світовому економічному просторі, вступає у конкурентні відносини з іншими територіями. «А це означає, що регіон неминуче повинен подавати і продавати себе як площадку і як інструмент для запуску і реалізації найбільш перспективних світових проектів» [6]. Так, у Звіті про конкурентоспроможність України 2010, представленому Всесвітнім економічним форумом, визначена глобальна конкурентоспроможність українських регіонів. Показово, що вісім з них (зокрема, Київ, Дніпропетровська, Закарпатська, Львівська, Донецька, Харківська, Полтавська області та АР Крим) мали вищий показник індексу, ніж Україна [3, с. 31].

З огляду на джерела конкурентних переваг науковці розрізняють здебільшого цінову та технологічну конкурентоспроможність територій. В цьому контексті можна говорити про фіскальну конкурентоспроможність, розуміючи під нею різні рівні податкового сприяння розвитку бізнесу. Мова йде про два взаємопов'язані ефекти стимулювання вітчизняного підприємництва та залучення в економіку іноземного капіталу, головним чином прямих іноземних інвестицій. Країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою за хронічного дефіциту власних капіталів роблять наголос на залучення іноземних. Країни-реципієнти змагаються між собою за капітали донорів. Інструментом такого суперництва стає оподаткування. В цьому сенсі можна говорити про міжнародну конкуренцію податкових систем. У звіті щодо найбільш привабливих для бізнесу систем оподаткування, підготовленому Світовим банком, Міжнародною фінансовою корпорацією і міжнародною аудиторською мережею, перші місця посіли Мальдіви, Катар і Гонконг. Також до кращих належать решта країн – членів Ради співробітництва арабських держав Перської затоки: Об'єднані Арабські Емірати (4), Саудівська Аравія (7), Оман (8), Кувейт (11), Бахрейн (13). Україна в цьому рейтингу знаходиться в останній десятці (181) поряд з такими



країнами, як Ямайка, Мавританія, Гамбія, Болівія, Узбекистан, Центральноафриканська Республіка і Конго. Найскладнішими визнано податкові системи Венесуели (182) та Білорусі (183) [7]. Зрозуміло, що інвестори вибирають країни з найбільш сприятливою для бізнесу системою оподаткування.

Сьогодні доведеним фактом стало податкове стимулювання конкурентоспроможності галузей економіки, регіональних економік, конкуренція національних податкових систем. Цим визначається активний вплив податкових систем на соціально-економічний розвиток території. Відхід від «нейтральних» податків і перехід до «стимулюючих» відбувся в рамках кейнсіанської теорії макроекономічного регулювання. Податкове стимулювання розвитку є сьогодні загальновизнаною практикою. Це стосується і зовнішньоекономічної діяльності. Хоча зустрічаються і протилежні погляди. Так, американський спеціаліст з міжнародного оподаткування Р. Денберг є прихильником «безстороннього міжнародного оподаткування». Він зазначає: «Податкова система повинна залишатися на задньому плані, а рішення про господарську діяльність, інвестування і споживання повинні прийматися з причин, що не пов'язані з оподаткуванням» [8, с. 22]. Подібної точки зору дотримується і авторитетний дослідник міжнародної конкуренції М. Портер. Він пише про «спотворюючі стимули оподаткування», які можуть стимулювати надмірне інвестування, посилити проблеми перевиробництва [9, с. 336–337]. Така позиція є прийнятною для розвинених країн, достатньо забезпечених капіталами. Хоча і там існують інші теорії щодо оподаткування. Для країн з перехідною економікою надто зацікавлених в залученні іноземних капіталів, податкове стимулювання є явно доцільним.

В стимулюючій податковій політиці виділимо два аспекти: рівень оподаткування та запровадження податкових пільг. Нижчий рівень податкового тягаря є беззаперечним плюсом в інвестиційному іміджі країни і може вплинути на рішення інвестора щодо вибору місця вкладання капіталу. Зрозуміло, що за позитивної оцінки всіх інших інвестиційних чинників. За економічною логікою, зростання інвестицій розширює податкову базу і забезпечує податкові надходження навіть за знижених ставок. Встановлення рівня оподаткування, його зміни підпорядковуються визначеним стратегічним цілям держави. Можливі і оперативні зміни оподаткування, зокрема, в плані проведення антициклічної політики в залежності від фаз промислового циклу. Це, зрештою, може відбуватися в автоматичному режимі за допомогою вбудованих податкових стабілізаторів, які спрацьовують при прогресивному оподаткуванні. Це так звані автоматичні стабілізатори.



У тактичному плані з метою стимулювання розвитку та залучення прямих іноземних інвестицій можуть застосовуватися і податкові пільги. Дослідники відзначають достатньо високу ефективність останніх, особливо в перші роки запровадження.

Регіональні можливості застосування фіскального стимулювання розвитку, а відтак і конкурентоспроможності, є скромнішими. І це пояснюється надмірною централізацією податкових надходжень, їх зосередженням у державному бюджеті. Як зазначає З. Варналій, частка власних доходів у місцевих бюджетах складала у передкризовий період лише 2–7 відсотків [10, с. 148]. Світова фінансово-економічна криза 2008–2009 років та тривала післякризова депресія вимагали подальшої централізації ресурсів у державному бюджеті для підтримки важливих урядових програм. Професор В. Нудельман констатує, що сьогодні принципи формування місцевих бюджетів демонструють політику центральної влади концентрувати у державному бюджеті грошові ресурси, що підсилює залежність від неї органів місцевого самоврядування. Ситуація не забезпечує місцевим органам влади фінансових можливостей для здійснення своїх повноважень [11, с. 8]. Зараз ситуація повинна змінюватися на користь регіонів. У проголошеній Президентом України В. Януковичем Програмі оптимізації економічного розвитку на 2013–2014 роки передбачається певна децентралізація бюджетних коштів, розширення джерел наповнення місцевих бюджетів. Це помітно збільшить ресурсний потенціал регіону, його можливості проведення фіскально-стимулюючих заходів.

Окрім пільг по сплаті місцевих податків і зборів, включно з практикою «податкових канікул» (тимчасове звільнення від сплати податку), можуть застосовуватися цільові субсидії, виділення земельних ділянок під комерційні проекти, пільгова орендна плата за надані приміщення. Мова може йти також про відшкодування інвесторам витрат на розбудову інфраструктури, навчання персоналу шляхом надання податкових пільг, підготовку інвестиційних проектів, створення індустріальних парків тощо. Окрім фінансових, слід рахуватися і з психологічним ефектом, що їх справляють пільги на суб'єктів господарювання. Можна говорити про різний ступінь чутливості окремих груп господарюючих суб'єктів на надання пільг. Найвищу еластичність щодо пільг виявляє малий і середній бізнес, дещо стриманішою є реакція великого бізнесу, у тому числі іноземного. Проте пільги можуть виявитися вирішальними для вітчизняного офшорного капіталу, який чекає слушного моменту для повернення на батьківщину. Отже, ліберальне оподаткування разом із продуманою системою пільг можна розглядати як конкурентний інструмент у боротьбі за мобільний капітал.



Цю практику слід активніше застосовувати на регіональному рівні. Американська дослідник місцевого економічного розвитку Е. Блейклі вважає, що місцеві громади повинні всіляко допомагати бізнесу, підтримувати нові підприємства, стимулювати інвестиції. Потрібно створювати сприятливі умови для тих, хто шукає нові ринки, чи створює нові продукти. «Іншими словами, капітал треба захоплювати...», – резюмує вчений [12, с. 60].

Варто вказати на такий аспект конкурентоспроможності регіону як конкурентність експорту. На його досягнення, передусім, має бути спрямована експортна політика регіональної влади. Вона носить багатоаспектний характер і передбачає використання цілого набору різнопланових інструментів, зокрема, фінансово-оперативних. Вони представлені на рис. 3.

До фінансово-оперативних інструментів слід віднести регіональний бюджет розвитку, який консолідує у своєму складі інвестиційні програми розвитку регіону; податкові інструменти, які входять до складу регіональної податкової політики; управління борговими зобов'язаннями експортоорієнтованих суб'єктів господарського процесу, які діють у регіоні; спеціальні режими ведення господарської діяльності; регіональні програми соціально-економічного розвитку; договори щодо комплексного співробітництва між сусідніми регіонами, які дозволяють знизити міжрегіональні бар'єри на шляху потоків капіталу, праці та ресурсів; фонди підтримки регіональних інновацій та суспільних ініціатив [13, с. 313–314].

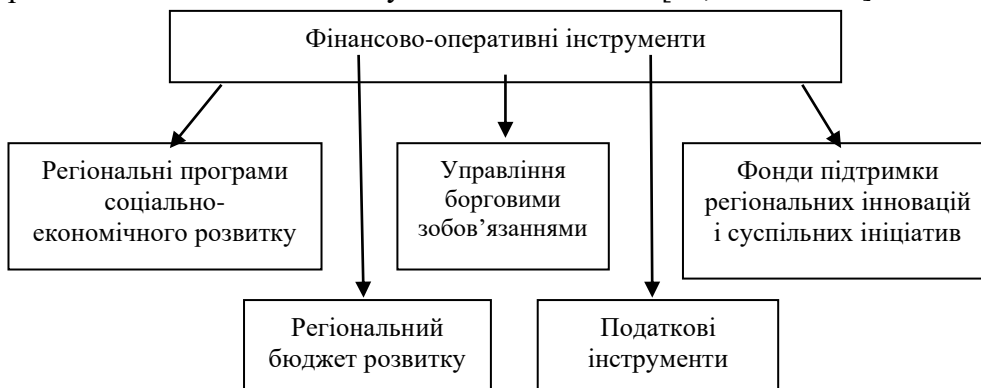


Рис. 3. Фінансово-оперативні інструменти експортної політики

Крім цього, слід приділити увагу розвитку банківських експортних кредитів, що виділяються приватними банками, в комбінації з кредитами державної підтримки для ефективної діяльності експортоорієнтованих виробництв. Експортно-кредитне страхування потрібне для захисту інтересів експортерів, яким гарантується обов'язкова оплата товарів після їх доставки. Необхідно підтримувати



експортоорієнтовані виробництва, що здійснюють ввезення сировини і напівфабрикатів для випуску призначеної на експорт продукції, шляхом надання митних пільг. Таким чином, активна експортна політика стає провідним чинником ефективного входження регіону у світовий господарський простір, реалізацію експортного потенціалу та соціально-економічного розвитку територіальної економіки.

ВИСНОВКИ

Дослідження показало, що в розпорядженні регіонів знаходяться достатньо дієві заходи фіскальної підтримки господарюючих суб'єктів, що сприяє зміцненню їх і в цілому регіональної глобальної конкурентоспроможності. Зважаючи на це, доцільно збільшити частку регіонів в сумарних податкових надходженнях, як це має місце в західних країнах. Натомість регіональній владі та органам місцевого самоврядування слід активніше використовувати фіскально-економічні інструменти з метою зростання активності суб'єктів господарювання, залучення нових капіталів, включаючи іноземних, підвищення конкурентоспроможності територій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Прасолов І. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки – це не політична декларація, а програмний документ із практичною спрямованістю / І. Прасолов // Урядовий кур'єр. – 2013. – 8 лютого. – С. 6.
2. Калюжнова Н. Я. Конкурентоспособность российских регионов в условиях глобализации / Н. Я. Калюжнова. – М. : ТЕИС, 2003. – 526 с.
3. Звіт про конкурентоспроможність України 2010. Назустріч економічному зростанню та процвітання. – К. : Фонд «Ефективне управління», 2010. – 162 с.
4. Шихалёв С. Л. Теория пространственной конкуренции как основа определения пространства товарного рынка : монография / С. Л. Шихалёв. – Кемерово : Практика, 2007. – 132 с.
5. Кабінет Міністрів України. Про схвалення Концепції Загальнодержавної програми розвитку конкуренції на 2013–2023 роки // Урядовий кур'єр. – 2012. – 4 жовтня. – С. 10.
6. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий – ключ к успеху региона [Электронный ресурс] / А. П. Панкрухин // Маркетинг PRO – 2007. – № 12. – Режим доступа : <http://www.koism.raqs.ru/>.
7. Найкращі податкові системи світу // Урядовий кур'єр. – 2009. – 17 грудня. – С. 3.
8. Дернаберг Р. Л. Международное налогообложение / Р. Л. Дернаберг; [пер. с англ. В. Ф. Назарова, Е. Э. Лалаян]. – М. : ЮНИТИ, 1997. – 375 с.
9. Портер М. Е. Стратегия конкуренции / М. Е. Портер; [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський]. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
10. Варналій З. С. Регіональна політика України: нові умови, нові вимоги / З. С. Варналій // Стратегічні ініціативи. – 2007. – № 1. – С. 141–149.
11. Нудельман В. Як не спізнитися ще на одне десятиліття / В. Нудельман // Урядовий кур'єр. – 2013. – 1 березня. – С. 8.
11. Блейклі Е. Дж. Планування місцевого економічного розвитку. Теорія та практика / Е. Дж. Блейклі. – [вид. 2-ге; пер. з англ. Анжели Кам'янець]. – Львів : Літопис, 2002. – 416 с.
12. Рязанова Н. О. Фактори впливу на розвиток і реалізацію експортного потенціалу регіону / Н. О. Рязанова // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». – 2012. – № 2 (28). – С. 312–315.

Дата надходження до редакції – 02.04.2013 р.



УДК 330.46:338.57

Порохня В. М.,
Андрейшина Н. Б.¹

МОДЕЛЮВАННЯ РИНКОВОЇ РІВНОВАГИ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ЗОВНІШНІХ ФАКТОРІВ

Побудована математична модель, в якій попит і пропозиція розглядаються як функції, залежні від ціни та її зміни. Досліджений вплив зовнішніх факторів на рівноважну ціну, який кількісно виражається коефіцієнтом диференціального рівняння. Показано, що при розглянутих функціях попиту та пропозиції система для знаходження рівноважної ціни характеризується єдиним стійким станом рівноваги.

Ключові слова: попит, пропозиція, рівноважна ціна, стійкість, фазовий портрет, особлива точка.

ВСТУП

Ми живемо у суспільстві, в якому розподіл праці досяг великого ступеня, продавець є одночасно споживачем, а споживач – покупцем, тому питання рівноваги ринку має виключно важливе значення. Попит і пропозиція – це економічні важелі, здатні дати глибоке уявлення не лише про окремі економічні проблеми, але також і про функціонування всієї економічної системи в цілому.

Порушення балансу на ринку призводить до негативних наслідків як на окремих підприємствах, так і в економіці в цілому. За своєю суттю рівноважна ціна несе в собі всю інформацію, яка необхідна як виробникам (яку кількість товару виготовити та поставити на ринок), так і споживачам (який обсяг товару представлений на ринку). Зміна ціни рівноваги служить сигналом для продавців для збільшення або зменшення обсягів виробництва, а для покупців – збільшення або зменшення споживання товарів.

Таким чином, дослідження та моделювання поведінки рівноважної ціни, яка виконує функцію організації економіки, є актуальним завданням.

Питанням ціноутворення і рівноваги попиту та пропозиції на ринку присвячені праці багатьох представників світової економічної думки. Теорія попиту та пропозиції отримала розвиток у працях Р. Дж. Аллена, Л. Вальраса, Ж. Дебре, К. Ерроу, Д. Кларка, А. Курно, А. Маршалла, К. Менгера, Д. Патинкіна, В. М. Полтеровича, Л. Самуельсона, Дж. Р. Хікса та ін., якими була створена система, що

¹ Рецензент – Ядранський Д. М., д. е. н., доцент



описує поведінку споживача, розвиток та співвідношення попиту і пропозиції, ринкову рівновагу та інші економічні процеси. В Україні проблемам моделювання рівноваги попиту та пропозиції присвячені доробки українських науковців В. Ф. Беседіна, В. В. Вітлінського, В. М. Геєця, С. В. Дідюра, Б. Є. Кваснюка, Б. Я. Панасюка.

Якщо макроекономічна рівновага вивчається науковим суспільством протягом кількох десятиріч, то на рівні підприємств – відносно недавно, менш за все досліджена рівновага підприємства по відношенню до зовнішнього середовища. Відношення попиту та пропозиції постійно змінюється під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, відповідно змінюється і рівноважна ціна. До внутрішніх факторів впливу можна віднести рівень витрат виробництва, особливості виробничого процесу, специфіку виробленої продукції, організаційний рівень, ступінь використання прогресивних методів виробництва, ринкову стратегію і тактику виробника, споживчі переваги щодо даного товару, рівень доходів покупців, споживчі очікування щодо майбутньої зміни цін, ціни на взаємозамінні, взаємодоповнюючі товари та ін. До зовнішніх факторів відносяться політична стабільність, рівень регулювання економіки державою, рівень інфляції, наявність та рівень конкуренції [1]. Фактори зовнішнього порядку практично не підвладні контролю з боку товаровиробників і споживачів, але можуть впливати на ціни товарів та обсяги попиту і пропозиції.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Виходячи із вищенаведеного, метою дослідження є моделювання ринкової рівноваги та дослідження стійкості рівноважної ціни з урахуванням впливу зовнішніх факторів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В умовах ринкової економіки конкурентоздатним буде лише те підприємство, яке зможе визначити вимоги ринку і виробляти продукцію, яка буде користуватися попитом. Здатність підприємства швидко реагувати на зміну попиту стає першочерговим завданням, вирішення якого визначає виживання й успішне функціонування підприємства. Рівноважна ціна показує еквівалентне співвідношення обсягу продукції, що запитується, та обсягу продукції, що пропонується. Вона постійна в тому розумінні, що відхилення від рівноважної ціни створює дефіцит або надлишок, після чого ціновий механізм автоматично вертає ринок до рівноваги. Ціна при цьому завжди змінюється.

Під рівноважною ціною будемо розуміти ціну, за якої величина попиту одночасно дорівнює величині пропозиції; під рівноважним обсягом – ту кількість товару, яку покупці хочуть і можуть купити, що одночасно відповідає кількості товару, яку продавці хочуть і



можуть продати на ринку. Попит D і пропозиція S залежать від низки факторів, наприклад, від ціни товару та її зміни [2]. Для побудови математичної моделі оберемо ціну товару p , зміну ціни $\frac{dp}{dt}$ та

тенденцію зміни ціни $\frac{d^2 p}{dt^2}$. Стан рівноваги характеризується рівністю

попиту та пропозиції:

$$D(p, q, r) = S(p, q, r), \quad (1),$$

$$\text{де } q = \frac{dp}{dt}; r = \frac{d^2 p}{dt^2}.$$

Нехай попит та пропозиція задані як деякі масиви $D = D(d_1, d_2, \dots, d_n)$, $S = S(s_1, s_2, \dots, s_n)$, де d_i й s_i – значення попиту та пропозиції в заданому проміжку часу [3]. Будемо апроксимувати ці масиви лінійними формами:

$$\begin{aligned} D &= a_1' p + b_1' q + c_1' r + d_1', \\ S &= a_2' p + b_2' q + c_2' r + d_2', \end{aligned} \quad (2),$$

де $a_1', b_1', c_1', d_1', a_2', b_2', c_2', d_2'$ – числові коефіцієнти.

Підставляючи (2) в (1), будемо отримувати диференціальне рівняння, розв'язання якого будемо досліджувати на стійкість. Але питання про стійкість розв'язку має бути зведено до питання про стійкість тривіального розв'язку. Для цього потрібно позбавитися коефіцієнтів d_1', d_2' в (2). Розглянемо вирази

$$p(t) = p^*(t) + p_0, \quad q(t) = q^*(t) + q_0, \quad r(t) = r^*(t) + r_0.$$

Виходячи з того, що в точці рівноваги попит дорівнює пропозиції, отримаємо:

$$D(p^*, q^*, r^*) + D(p_0, q_0, r_0) = S(p^*, q^*, r^*) + S(p_0, q_0, r_0),$$

тобто

$$D(p_0, q_0, r_0) = S(p_0, q_0, r_0).$$

Якщо (p_0, q_0, r_0) задовольняє

$$a_1' p + b_1' q + c_1' r + d_1' = a_2' p + b_2' q + c_2' r + d_2',$$

то питання стійкості зводиться до дослідження лінійних форм

$$D = a_1 p + b_1 q + c_1 r, \quad S = a_2 p + b_2 q + c_2 r. \quad (3)$$

Для знаходження коефіцієнтів скористаємося методом найменших квадратів:



$$\sum_{i=1}^n (a_1 p_i + b_1 q_i + c_1 r_i - d_i)^2 \rightarrow \min ;$$

$$\sum_{i=1}^n (a_2 p_i + b_1 q_2 + c_2 r_i - s_i)^2 \rightarrow \min ,$$

де p_i – ціна товару в i -й період часу; $q_i = \frac{p_i - p_{i-1}}{t_i - t_{i-1}}$ – зміна ціни

в i -й період часу; $r_i = \frac{q_i - q_{i-1}}{t_i - t_{i-1}}$ – тенденція зміни формування ціни в i -

й період часу.

Для знаходження рівноважної ціни одержуємо диференціальне рівняння:

$$\frac{d^2 p}{d\tau^2} + 2\delta \frac{dp}{d\tau} + p = 0 \quad (4),$$

$$\text{де } \tau = \sqrt{\frac{a_1 - a_2}{c_1 - c_2}} \cdot t, \quad 2\delta = \frac{b_1 - b_2}{\sqrt{(a_1 - a_2)(c_1 - c_2)}}.$$

Якщо проводити аналогії з механікою, то (4) – це рівняння лінійного дисипативного осцилятора, в якому δ виступає в якості коефіцієнта тертя, тобто коефіцієнту впливу зовнішнього середовища [4]. З економічної точки зору коефіцієнт δ можна розглядати як коефіцієнт впливу зовнішніх факторів на ціну рівноваги p .

Якщо перейти до фазових координат в рівнянні (4), покладаючи

$$x_1 = p, \quad x_2 = \frac{dp}{d\tau},$$

одержимо динамічну систему

$$\begin{cases} \frac{dx_1}{d\tau} = x_2, \\ \frac{dx_2}{d\tau} = -x_1 - 2\delta \cdot x_2, \end{cases} \quad (5).$$

При нульовому коефіцієнті δ , тобто без зовнішнього впливу на рівноважну ціну, отримаємо особливу точку типу центр, фазовий портрет являє собою сімейство концентричних кіл із центром на початку координат.

Проведемо аналіз динаміки рівноважної ціни при ненульовому коефіцієнті δ . Для $0 < \delta < 1$ розв'язанням рівняння (4) є

$$p(\tau) = A e^{-\delta\tau} \cos(\omega\tau + \psi), \quad \omega = (1 - \delta^2)^{1/2},$$



де A та ψ – довільні константи, які визначаються початковими умовами.

На фазовій площині нуль координат є особливою точкою системи, що у випадку $\delta < 1$ є стійким фокусом (рис. 1а).

Якщо коефіцієнт $\delta > 1$, отримаємо такий розв'язок рівняння (4):

$$p(\tau) = C_1 e^{\lambda_1 \tau} + C_2 e^{\lambda_2 \tau}, \lambda_{1,2} = -\delta \pm \sqrt{\delta^2 - 1},$$

де C_1, C_2 – константи.

Особлива точка в зазначених умовах є стійким вузлом (рис. 1б).

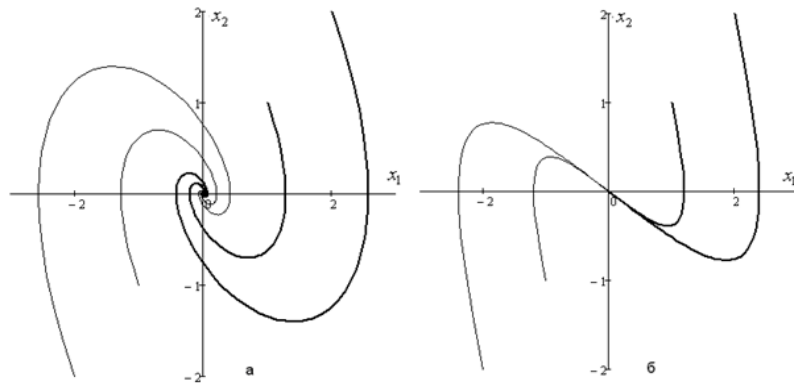


Рис. 1. Фазовий портрет рівняння (4)
з параметром $\delta = 0,5$ (а), і $\delta = 1,2$ (б)

Джерело: власна розробка

При $\delta > 0$ дисипативна система (4) характеризується єдиним глобально стійким станом рівноваги в нулі фазових координат. При $\tau \rightarrow \infty$ будь-яка фазова точка прагне до початку координат у стійкий фокус або вузол, тобто через якийсь проміжок часу ціна наблизиться до рівноважної ціни.

Запропоновану модель використаємо для знаходження рівноважної ціни для даних, представлених в табл. 1.

Таблиця 1

Вихідна інформація (статистика зібрана по товару «Гіпс ваговий» в магазині «Будкомплект» за 2012 р., м. Жовті Води)

Місяць	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ціна товару, (p) , грн	1,14	1,05	1,05	1,04	1,04	1,04	1,09	1,11	1,15	1,16	1,14	1,15
К-ть проданого товару, (d) , кг	112	89	102,5	98	85,5	120	111,5	102	108	97	105,5	98,5
Залишок на кінець місяця, кг	205	156	234	127	146	118	104	116	104	117	108	110



Пропозиція s_i формується як сума проданого товару і товару, що залишився.

Коефіцієнти лінійних форм (2), знайдені за допомогою МНК, будуть дорівнювати:

$$a'_1=25577.35, b'_1=-26263.3, c'_1=14686.91, d'_1=-27975.76, \\ a'_2=84.58, b'_2=-1023.94, c'_2=859.85, d'_2=146.93.$$

Підставляючи значення коефіцієнтів в лінійні форми та прирівнюючи їх, отримуємо диференціальне рівняння

$$p''-1.83p'+1.84p=2.03.$$

Додавши початкові умови $p(0)=1.14$, $p'(0)=0$, отримаємо часткове розв'язання рівняння:

$$p(t) = e^{-0.91t} (0.04 \cos t + 0.04 \sin t) + 1.1.$$

При $t \rightarrow \infty$, $p(t) \rightarrow 1.1$, тобто для рівноваги попиту та пропозиції, ціну потрібно знизити до 1,1 грн, що має призвести до збільшення попиту.

Для перевірки стійкості тривіального розв'язку знайдемо значення p_0 , вважаючи q_0 і r_0 нульовими, тобто припустимо, що більший вплив на формування рівноважної ціни чинить існуюча ціна.

$$p_0 = \left| \frac{d_1 - d_2}{a_2 - a_1} \right| = 1.1.$$

За допомогою МНК визначимо коефіцієнти a_i, b_i, c_i лінійних форм (3):

$$a_1 = 93.243, b_1 = 30.33, c_1 = 60.775,$$

$$a_2 = 218.417, b_2 = -1162.033, c_2 = 936.67$$

Прирівнюючи рівняння попиту і пропозиції, отримаємо диференціальне рівняння:

$$\frac{d^2 p}{d\tau^2} + 3.602 \frac{dp}{d\tau} + p = 0,$$

де $\tau = 0.378t$.

Переходячи до системи (5), отримаємо:

$$\begin{cases} \frac{dx_1}{d\tau} = x_2, \\ \frac{dx_2}{d\tau} = -x_1 - 3.602 x_2, \end{cases}$$

Початкові умови:

$$x_1(0) = 1.14, x_2(0) = 0.$$

Оскільки $\delta = 1.801$, то особлива точка – стійкий вузол (рис. 2).

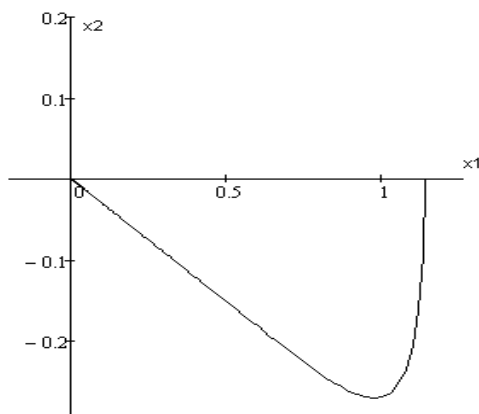


Рис. 2. Фазовий портрет системи (6)

Джерело: власна розробка

ВИСНОВКИ

Аналіз взаємодії попиту, пропозиції та ціни засвідчує, що в результаті такої взаємодії на ринку встановлюється рівновага. Саме під впливом цієї взаємодії ринок здатний встановлювати порушену рівновагу, зумовлену зовнішніми факторами. Побудована в роботі математична модель, в якій попит і пропозиція розглядаються як функції ціни та її зміни, дає змогу знаходити рівноважну ціну і в залежності від її значення коригувати ціни на товари.

Сукупний вплив зовнішніх факторів, таких як політична стабільність, регулювання економіки державою, рівень інфляції, наявність та рівень конкуренції кількісно виражаються коефіцієнтом динамічної системи. В роботі показано, що система для знаходження рівноважної ціни характеризується єдиним стійким станом рівноваги. При цьому незалежно від вибору початкових умов ціна буде наближатися до рівноважної.

Подальші дослідження полягають у включенні в функції попиту та пропозиції, крім ціни та її зміни, нецінових факторів, які на них впливають.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Іваниенко В. В. Ценообразование / В. В. Іваниенко, М. В. Чечетов. – Харьков : Издательский дом «ИНЖЕК», 2004. – 221 с.
2. Аллен Р. Математическая экономия / Р. Аллен. – М. : Издательство иностранной литературы, 1963. – 668 с.
3. Андрейшина Н. Б. Априорні оцінки границь рівноважної ціни на підставі законів попиту та пропозиції / Н. Б. Андрейшина // Вестник Национального технического университета «ХПИ». – 2010. – № 61. – С. 85–87.
4. Ловецкий К. П. Математическое моделирование. Часть 1: Осциллятор / К. П. Ловецкий, Л. А. Севастьянов. – М. : РУДН, 2007. – 64 с.

Дата надходження до редакції – 27.04.2013 р.



ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

В статті проаналізовано поняття інформаційної економіки та її зв'язок із інформаційним суспільством. Проведено дослідження складного процесу переходу суспільства від індустріального до інформаційного устрою, що дозволило відобразити генезис інформаційної економіки та особливості її становлення в Україні та світі. Виявлено основні тенденції та стратегічні орієнтири подальшого розвитку інформаційної економіки в Україні.

Ключові слова: інформація, інформаційна економіка, інформаційне суспільство, інформаційно-комунікаційні технології, цифрова нерівність.

ВСТУП

Економічна система та суспільство зазнають значного впливу інформаційних технологій, що стрімко розвиваються, та їх динамічним використанням в управлінні бізнес-процесами на підприємствах. Розвиток сучасних інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та збільшення кількості інформації є двома визначальними чинниками сучасної економічної системи. Відповідно до цього країни світу усвідомлюють необхідність нових підходів до власного розвитку та розуміють переваги інформаційної економіки.

Світові глобалізаційні процеси значним чином посилюють інтерес до теоретичного осмислення особливостей інформаційної економіки та емпіричного вивчення впливу ІКТ на трансформацію соціально-економічних, політичних і культурних структур.

Значний внесок у дослідження проблеми становлення та розвитку інформаційної економіки зробили вітчизняні та зарубіжні вчені, зокрема С. Андрєєв, Д. Белл, П. Друкер, Я. Жаліло, М. Кастельс, Е. Гоффлер та ін. Зокрема, наявні наукові праці присвячені дослідженню економічних аспектів інформаційної економіки, успішному зарубіжному досвіду її розвитку.

Відсутність достатнього теоретичного підґрунтя з питань функціонування та розвитку інформаційної економіки зумовлює актуальність проведення дослідження в даному напрямі. Малодослідженою проблемою все ще залишається стратегічне забезпечення розвитку інформаційної економіки та визначення пріоритетів та напрямів її подальшого розвитку.

¹ Рецензент – Дергачова В. В., д. е. н., професор



ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даного дослідження є виявлення сутності дефініції «інформаційна економіка» та визначення тенденцій та пріоритетів її подальшого розвитку в Україні.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасні тенденції розвитку інформаційних та комунікаційних технологій (ІКТ) обумовлюють особливе місце інформації серед основних ресурсів, а належне визначення складових інформаційного потенціалу стає необхідним етапом управління такою соціально-економічною системою, як підприємство, особливо в умовах розвитку інформаційної економіки.

Вивчення генезису та становлення інформаційної економіки доцільно розпочати з цифрової та ІКТ-революції. ІКТ, що на сьогодні стали потужним імперативом змін в економіці, стосуються зберігання та передачі інформації. Під ІКТ розуміємо сукупність методів, виробничих процесів і програмно-технічних засобів, інтегрованих з метою збору, обробки, збереження, поширення, відображення та використання інформації в інтересах її користувачів.

Згідно Закону України «Про інформацію», інформація – це задокументовані або публічно розголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та оточуючому природному середовищі.

Інформаційну інфраструктуру економіки утворюють підприємства та організації, центри обробки й аналізу інформації, канали інформаційного обміну, комунікації і лінії зв'язку, засоби інформаційної взаємодії. Однією з ключових технічних характеристик інформаційної економіки є мережа Інтернет, що стала платформою для нових способів ведення бізнесу, надання урядом державних послуг та забезпечення можливостей безперервного навчання.

На думку Р. Ліпсі, який вивчає взаємозв'язок між технологічними змінами і економічним розвитком, впровадження цифрових технологій матиме значний вплив на суспільство [1]:

- початковий спад продуктивності і затримка виграшу продуктивності від впровадження нових технологій;
- скорочення штату (оскільки багато старих навичок не будуть більше потрібні);
- технологічне безробіття;
- зростаючі відмінності в розподілі доходів, які мають тимчасовий характер до моменту, коли пропозиція робочої сили наздожене нові вимоги до кваліфікації персоналу;
- значні зміни в регіональній структурі розміщення продуктивних сил, необхідній освіті і кваліфікаціях персоналу, інфраструктурі, нормах і правилах (інтелектуальна власність, антимонопольне законодавство і т. д.), способі життя.



Переваги для суспільства від цифрової та ІКТ-революції полягають в забезпеченні кращого та дешевшого доступу до знань та інформації, що прискорює здійснення операцій і бізнес-процесів, знижує їх вартість, яка, в свою чергу, збільшує вигоду громадян і споживачів.

Одним з ключових стимуляторів економічного зростання є здатність громадян набувати, накопичувати і використовувати інформацію в результаті динамічного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Значення цього фактора для економічного зростання підтверджується світовими дослідницькими проектами, відповідно до яких ІКТ створюють приблизно чверть зростання ВВП і 40 % зростання продуктивності праці в Європейському Союзі [8].

Швидке зростання значення інформації та електронних послуг і, отже, застосування ІКТ в економіці, державному управлінні і в повсякденному житті громадян викликало новий напрям трансформації – перехід до інформаційної економіки.

Розвиток суспільства в інформаційній економіці зазнає змін, оскільки відбуваються зміни в інфраструктурі та технологіях. Оскільки основним продуктом інформаційної економіки є інтелектуальні послуги та наукомісткі товари, найбільшу цінність становлять інформація та знання, на основі яких розвиваються інформаційні технології.

Інформаційна економіка – це такий тип економіки, де продуктивність і конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів залежать головним чином від їх здатності генерувати, обробляти й ефективно застосовувати інформацію, засновану на знаннях. Також інформаційну економіку можна визначити як економіку, в якій інформація є валютою та продуктом.

Існує значна розбіжність поглядів щодо визначення поняття «інформаційна економіка». Виникнення поняття «інформаційна економіка» бере свій початок з робіт австрійсько-американського дослідника Ф. Махлупа, який у 1933 р. почав вивчати вплив патентів на наукові дослідження [2]. Махлуп увів поняття «індустрія знань», до якої він включив п'ять секторів інформаційної діяльності у суспільстві: освіта, наукові дослідження і розробки, засоби масової інформації, інформаційні технології та інформаційні послуги. Його послідовник М. Порат у 1976 р. визначив інформаційну економіку як кластер галузей, що виробляють сучасні бази даних та засоби, які забезпечують їх функціонування і застосування [3]. М. Порат розширив видову структуру економічної діяльності, включивши до неї інформаційну діяльність: два сектори – первинної і вторинної інформації, залишивши без змін чотири традиційні сектори – виробництва ринкових товарів і нефінансових послуг; загального державного управління; домашніх



господарств; некомерційних організацій, що обслуговують домашні господарства.

Сектор первинної інформації, за М. Поратом, охоплює галузі, що виробляють техніку для обробки і передачі інформації і надають ринкові інформаційні послуги. У секторі вторинної інформації зосереджена діяльність із планування, програмування, маркетування товарів і послуг, а також пошуку і розробки нових знань. Сектор вторинної інформації охоплює всі інформаційні служби урядової системи і приватного бізнесу, які створюють інформацію та інформаційну техніку для внутрішніх потреб країни [4].

Окремі автори вважають, що інформаційна економіка – це перша, початкова стадія нової економіки постіндустріального суспільства, яка в процесі розвитку перетвориться на економіку знань. Інші виокремлюють її у постіндустріальну нову економіку, основою якої є інтернет-економіка [4].

До основних рис, що характеризують інформаційну економіку, відносяться глобальність, висока продуктивність та зміна способу отримання прибутку. Глобальність світової економіки надає можливість суб'єктам господарювання працювати як єдине ціле в реальному часі у світовому масштабі. Капітал вільно переміщується між країнами, а країни мають змогу використовувати цей капітал у реальному часі. Висока продуктивність виникає завдяки використанню всіх видів ресурсів без часових та територіальних обмежень. Зміна способу отримання прибутку переходить від отримання ефекту масштабу на використання швидкості інновацій і здатності залучати й утримувати клієнтів.

Становлення інформаційної економіки в Україні супроводжувалось такими особливостями. По-перше, поява нових виробничих сил, що кардинально змінили матеріально-технічну базу виробництва за рахунок привнесення в неї автоматизації, інформаційних ресурсів та комп'ютерної техніки з глобальною мережею Інтернет.

По-друге, інформаційна економіка характеризується впровадженням інформаційних технологій у виробництво, торгівлю та послуги, а також розвиток комп'ютерної мережі Інтернет, що є базою для створення мережеских підприємств і мережевого інтелекту.

По-третє, в інформаційній економіці змінюється характер праці, що зумовило виникнення нового виду діяльності – інформаційного та нових форм праці, які характеризуються дистанційністю.

По-четверте, в інформаційній економіці відбуваються структурні зміни на макро- та мікроекономічному рівнях. На мікрорівні така зміна означає появу підприємства нового типу, яке функціонує у мережі Інтернет, використовує окремо функціонуючих та територіально



відокремлених робітників, а також майже не має матеріальних активів (віртуальні корпорації). На макрорівні з'являється нова галузь економіки – інформаційна індустрія, що виникла в результаті злиття галузей обчислювальної техніки (виробництво комп'ютерів, розробка програм, здійснення послуг з їх обслуговування), зв'язку (Інтернет, телефон, кабельне телебачення, супутниковий зв'язок, радіо) та інформаційного наповнення (бібліотечна, архівна та видавнича справа, інформаційні послуги, індустрія розваг).

У процесі становлення інформаційної економіки виникло декілька понять, зокрема, такі як «інформаційне суспільство», «економіка знань», «нова економіка» та «мережева економіка», що вживаються як синоніми, однак містять певні відмінності. Наголосимо увагу на кожному з них.

Поряд з терміном «інформаційна економіка» виник термін «інформаційне суспільство». Розвиток інформаційної економіки в Україні нерозривно пов'язаний з формуванням інформаційного суспільства. Під інформаційним суспільством розуміємо суспільство, для якого обробка інформації з використанням ІКТ-рішень створює значну економічну, соціальну та культурну цінність. Отже, можна стверджувати, що перехід до інформаційної економіки та формування інформаційного суспільства відбувається на засадах сталого розвитку з використанням ІКТ.

В основу дефініції «інформаційне суспільство» покладено положення про те, що кількісні зміни у сфері інформації привели до виникнення якісно нового типу соціального устрою – інформаційного суспільства.

Термін «інформаційне суспільство» виник у середовищі японських соціологів на початку 60-х років. Розбудова ІКТ у 80-ті роки популяризує цей термін серед широкого кола фахівців і політиків. Стрімке зростання ІКТ та їх вдалий симбіоз з інформаційними системами у формі всевітньої мережі Інтернет у 90-ті роки створили відчуття переходу до інформаційного суспільства.

Дефініція «інформаційне суспільство» передбачає використання концепції постіндустріального суспільства; нова історична фаза розвитку цивілізації, у якій головними продуктами виробництва є інформація і знання [5].

Інформаційне суспільство характеризується збільшенням ролі інформації і знань у житті суспільства, зростанням частки інформаційних комунікацій, продуктів і послуг у ВВП та створенням глобального інформаційного простору, що забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів і задоволення їхніх потреб в інформаційних продуктах і послугах.



Виокремлюють п'ять типів визначення інформаційного суспільства, що пов'язані з технологічними, культурологічними, економічними, просторовими та соціальними параметрами (рис. 1).

Відповідно до *технологічного* критерію новизну складають технологічні інновації, що з'явилися в кінці 1970-х років. Ідея полягає в тому, що такий обсяг технологічних новацій повинен призвести до соціальної перебудови, оскільки його вплив на суспільство значний.

Економічний критерій передбачає облік зростання економічної цінності інформаційної діяльності. За умови збільшення частки інформаційного бізнесу у валовому національному продукті економіка стає інформаційною. Якщо в економічній сфері інформаційна активність превалює над діяльністю в інших галузях, то можемо говорити про створення інформаційного суспільства [3].

Зв'язок інформаційного суспільства зі сферою зайнятості відображає структуру зайнятості населення і модель спостережуваних змін. Перехід до інформаційного суспільства відбувається за умови, коли більшість зайнятих працює в інформаційній сфері.

У відповідності до *просторового* критерію значну роль відіграє географічний принцип побудови інформаційних мереж, які пов'язують різні в просторовому відношенні місця.

Культурологічний критерій акцентує увагу на такому понятті, як медіа-середовище: наявність соціальних мереж, комунікація за допомогою електронної пошти, веб-конференції, месенджери.

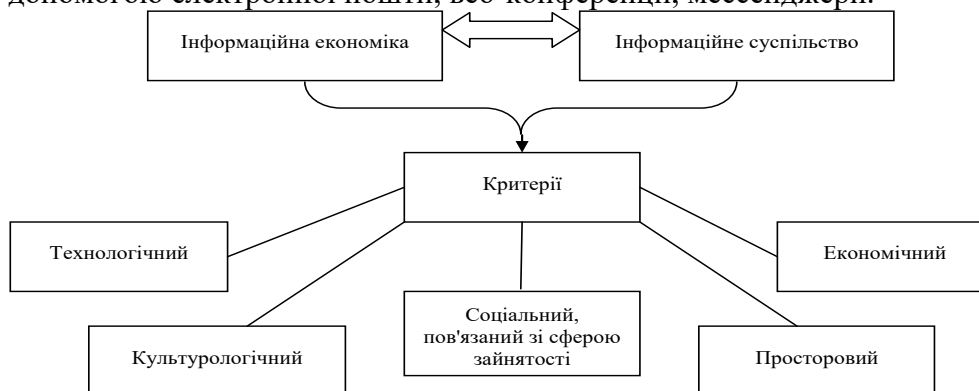


Рис. 1. Взаємодія інформаційної економіки та інформаційного суспільства (адаптовано автором за [3])

Економіка знань – це також мережева економіка. Концепція підкреслює важливу роль зв'язків між окремими особами, групами і корпораціями в умовах нової економіки. Дискусійним є питанням про те, що мережа завжди була ідеальним інструментом для упорядкування у зв'язку з притаманною їй гнучкістю і пристосовністю. Тим не менш,



традиційні мережі не були призначені для координації функцій за межами певного розміру і складності.

Ключові визначення, що дозволяють провести порівняння інформаційної економіки та інформаційного суспільства, відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Основні підходи до визначення інформаційної економіки та інформаційного суспільства

№ п/п	Інформаційна економіка		Інформаційне суспільство	
	Визначення	Джерело/ Автор	Визначення	Джерело/ Автор
1.	Кластер галузей, що виробляють сучасні бази даних та засоби, що забезпечують їх функціонування і застосування	М. Порат [3]	Суспільство, орієнтоване на людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток, в якому кожний може створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися і обмінюватися ними, даючи змогу окремим особам, громадам і народам повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи своєму сталому розвитку і підвищуючи якість свого життя.	Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства. Підсумкові документи [8]
2.	Особливий тип економіки, в якому інформація є визначальним виробничим ресурсом, базується на інформаційному виробництві та інформаційних технологіях	[5]	Суспільство, яке створюється внаслідок нової індустріальної революції на базі інформаційних і телекомунікаційних технологій та на базі інформації, яка є виразником знання людей. Завдяки технологічному прогресу в такому суспільстві оброблення, накопичення, отримання і обмін інформацією в будь-якій її формі – звуковій, письмовій або візуальній – не обмежені за відстанню, часом і обсягами.	Європа та Глобальне інформаційне суспільство. Рекомендації Європейській раді [9]

Нова економіка передбачає інноваційний тип розвитку, причому зміни пов'язані не тільки з інформаційними технологіями. На думку Генкіна А. С., нова економіка – це система відносин з приводу створення і розподілу доданої вартості в першу чергу за рахунок використання відтворюваних ресурсів: інноваційних технологій,



нематеріальних активів, електронних і мобільних комунікацій. У новій економіці основним носієм цінності є інформація, основним генератором доданої вартості – сфера послуг.

Під мережевою економікою розуміють економіку, в якій переважна кількість інформаційних взаємодій відбувається на основі електронних мереж, а її основу становлять мережеві організації.

Ефективність інформаційної економіки визначається розвитком та дієвістю інформаційної інфраструктури, план розвитку якої розробляється державою. Основними принципами побудови інформаційної структури є прозорість, недискримінація, конкурентна нейтральність, необтяжливе застосування і доступні ціни.

З появою інформаційної економіки виникла проблема, яка має назву цифрової (інформаційної) нерівності – новий вид соціальної диференціації, що впливає з різних можливостей використання новітніх ІКТ. Цифровий розрив або цифрова нерівність відокремлює «інформаційно багатих» та «інформаційно бідних» осіб. Організація Економічного Співробітництва та Розвитку (ОЕСР) визначає розрив у цифрових технологіях як різницю між окремими особами, сім'ями, підприємствами і географічними районами з урахуванням їх можливостей доступу до ІКТ та їх використання мережі Інтернет для широкого спектру діяльності.

Розвиток процесів глобалізації в світі створює передумови для прискореного розвитку інформаційної економіки. В першу чергу це пов'язано з інформаційною та соціально-економічною нерівністю, яка виникає між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються, внаслідок суттєвої різниці в темпах зростання обсягів та номенклатури товарів і послуг, які виробляються та надаються за допомогою ІКТ. Така нерівність негативно впливає на конкурентоздатність України і життєвий рівень її громадян.

У процесі розбудови інформаційної економіки в Україні відбулось закріплення засад її розвитку в законодавчій базі. Зокрема, Верховною Радою України було прийнято Закон «Про затвердження Національної стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2006–2015 роки» [6] та Закон «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» [7]. Відповідно до даної стратегії, одним з головних пріоритетів України є розвиток інформаційного суспільства, в якому вся сукупність суспільних відносин у різних сферах людської діяльності (політика, економіка, освіта, культура, дозвілля, особисте життя тощо) відбувається на засадах широкого використання сучасних ІКТ, що дає змогу кожному створювати інформацію та накопичувати знання, мати вільний доступ до них, дає можливості для їхнього поширення і використання з метою суспільного прогресу та особистого інтелектуального зростання.



Тенденції розвитку інформаційної економіки в Україні передбачають реалізацію Стратегії та послідовне проходження трьох етапів [6]. На першому етапі (2012–2013 рр.) необхідно забезпечити стабілізацію суспільно-політичної та соціально-економічної ситуації, здійснити першочергові реформи, насамперед у сфері державного управління, забезпечити необхідні організаційні й економічні умови для реформування усіх сфер суспільного життя у межах євроінтеграційного курсу, вдосконалити законодавство з питань інформаційного суспільства, розробити на основі Стратегії узгоджені між собою програмні документи.

Другий етап (2014–2015 рр.) передбачає досягнення цілей та завдань, викладених в Законі України «Про основні засади розбудови інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки». Третій етап (2016–2020 рр.) має включати коригування Стратегії на основі оцінки ефективності її реалізації.

В Україні існує потенціал для розбудови інформаційної економіки завдяки наявному інтелектуальному капіталу, розвиненому бізнес-середовищу у галузі ІКТ. Формування інформаційної економіки є масштабним завданням, яке потребує гармонійного поєднання зусиль держави, громадянського суспільства, професійних об'єднань, бізнесу та громадян на засадах імплементації відповідної Національної стратегії.

ВИСНОВКИ

У процесі реалізації поставлених дослідницьких завдань було здійснено такі висновки. Узагальнено дефініцію «інформаційна економіка» та визначено її зв'язок зі спорідненими поняттями, зокрема з поняттям «інформаційне суспільство». Важливим є визначення характерних рис інформаційної економіки, її переваг для суспільства. Проведено дослідження генезису інформаційної економіки та відображено особливості її становлення в Україні та світі.

Проведений аналіз чинної законодавчої бази дозволив виявити, що одним з основоположних документів, які регулюють подальшу розбудову інформаційної економіки в Україні, є Національна стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2006–2015 роки. Затвердження національної стратегії розвитку інформаційного суспільства та її імплементація в реалії сьогодення, а також здійснення поетапного формування інституціонального забезпечення, розбудова інфраструктури інформаційного суспільства в Україні відіграють ключову роль у державній політиці для забезпечення переходу українського суспільства до функціонування в умовах інформаційного устрою, використання ІКТ у всіх сферах життя, а також подолання проблеми цифрової нерівності.

Побудова інформаційної економіки в Україні в стратегічній перспективі дозволить посилити міжнародні позиції України та її



конкурентоспроможність на світових ринках, зміцнити внутрішні аспекти соціально-економічного розвитку, підвищити рівень добробуту населення.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Lipsey R. Technological Shocks: Past, Present and Future [Електронний ресурс] / R. Lipsey. – 2002. – Режим доступу : <http://www.sfu.ca/~rlipsey/T&G.PDF>.
2. Махлуп Ф. Производство и распространение знаний в США / Ф. Махлуп. – М. : Прогресс, 1966. – 462 с. 3. Porat M. U. The Information Economy. Nine volumes. Office of Telecommunication, US Department of Commerce / M. U. Porat. – Washington, 1977.
4. Геєць В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів : монографія. У 2 ч. – Ч. 1 / за ред. В. М. Гейця, А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 389 с. 5. Інформаційне Суспільство. Шлях України. Бібліотека інформаційного суспільства. – К. : Фонд «Інформаційне Суспільство України». – 2004. – 309 с. 6. Про затвердження Національної стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2006–2015 роки : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3454-15>.
7. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки : Закон України. – Голос України від 06.02.2007. – № 21. 8. Всесвітній саміт з питань інформаційного суспільства. Підсумкові документи. Видання Міністерства транспорту та зв'язку України. – Державний департамент з питань зв'язку та інформатизації. – Київ, 2006.
9. Європа та Глобальне інформаційне суспільство. Рекомендації Європейській раді : збірник «Європа на шляху до інформаційного суспільства» / Матеріали Європейської Комісії 1994–1995 рр. – К. : Державний комітет зв'язку та інформатизації України. Вид. «Зв'язок», 2000.

Дата надходження до редакції – 18.03.2013 р.

УДК 657. 36

Єфіменко Т. І.¹

ПОДАННЯ ПОКАЗНИКІВ СОЦІАЛІЗАЦІЙНИХ ЯВИЩ І ПРОЦЕСІВ У ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто наявність соціалізаційних ознак фінансової звітності підприємств, що в сукупності з економічними показниками впливає на прийняття управлінських рішень. Визначено сутність категорії «соціалізаційні» чинники. Запропоновано розвинення визначень для таких елементів фінансової звітності, як активи, зобов'язання і капітал з урахуванням втілених в них не лише економічних, а й соціальних вигод.

Ключові слова: фінансова звітність, соціалізаційні явища і процеси, активи і зобов'язання, економічні і соціальні вигоди.

¹ Рецензент – Євсєєва О. О., д. е. н., професор



ВСТУП

Прагнення до забезпечення формування і реалізації якісних управлінських соціально-економічних рішень зумовлює необхідність дослідження питань формування принципових засад системи фінансової звітності суб'єктів господарювання.

Розвиток суспільства спирається на накопичені знання минулого: зареєстровані події господарського життя, визнані історичні закономірності, досліджені причини і наслідки суспільних явищ та конструкції різноманітних моделей і регулюючих механізмів соціально-економічного управління накопиченням і споживанням ресурсів людства. Фінансова звітність призначена саме для того, щоб визнати, оцінити і надати публічного висвітлення господарським подіям, які впливають на накопичення капіталу та зумовлюють прийняття рішень інвесторами та кредиторами щодо наділення суб'єктів господарювання ресурсами [2].

Соціалізація господарської діяльності бачиться як перехід від авторитарних систем прийняття управлінських рішень до гуманістичних. Свою безпосередню демонстрацію це може знайти у залученні соціалізаційних показників до фінансової звітності для надання інформації про наслідки операцій та інших подій, що змінюють економічні ресурси суб'єкта господарювання та вимоги до нього.

Безумовно, на таку «зміну економічних ресурсів» впливають не лише наслідки економічних рішень, але і явища і процеси соціалізаційного характеру.

Економічні реалії переконливо доводять, що побудова соціально-ринкової моделі економіки вимагає теоретичного переосмислення та практичного дослідження місця й ролі соціальних чинників у системі фінансової звітності.

Соціалізація економічних відносин інвесторів щодо придбання, утримування або продажу інструментів власного капіталу та боргових інструментів так само, як і позикодавців та інших кредиторів щодо надання або погашення позик, передбачає у відносинах менеджменту орієнтацію на модель поєднання індивідуальних інтересів особистості та інтересів власників бізнесу.

У процесі підготовки статті розглянуто цілий ряд робіт як закордонних авторів, так і вітчизняних, що є значимим у контексті формування нової парадигми соціально-економічних відносин. У роботах [3, 4] досліджуються принципи подання деяких аспектів соціально-економічних перетворень, узагальнюються взаємозв'язки і взаємозалежність соціальних і економічних чинників в контексті системних перетворень в управлінні соціально спрямованою економікою, що узгоджується з поступальним рухом вирішення нагального завдання сталого розвитку держави [5].

Проблеми соціалізації економіки досліджувалися представниками



найрізноманітніших економічних шкіл і течій у різні епохи та періоди. Зокрема, питання визначення місця та ролі соціалізаційних ознак в економічному розвитку розглядалися у працях Дж. К. Гелбрейта, Ф. Енгельса, Я. Корнаї, К. Маркса, А. Мюлера-Армака, М. Мюрдала, В. Ойкена, Г. Плеханова, П. Самуельсона, А. Сміта, Дж. Стігліца, М. Фрідмена, Ф. Хайєка та інших видатних економістів.

Автори національної доповіді «Новий курс: реформи в Україні 2010–2015 роки», окреслюючи «сформоване вітчизняною академічною наукою концептуальне бачення принципово нового курсу здійснення в Україні назрілих модернізаційних перетворень, конкретних завдань і механізмів їх реалізації», визнали, що «оцінка стану та основних тенденцій розвитку виробничої інфраструктури є передумовою вибору оптимальної стратегії соціально-економічного розвитку України». Публікації сучасних науковців висвітлюють цілий ряд питань, пов'язаних з побудовою ефективного механізму соціально відповідального управління [6]; підвищенням соціальної активності суб'єктів господарювання на основі узгодження економічних та соціальних інтересів усіх залучених сторін [7], зокрема, інвесторів та позикодавців; розробкою та застосуванням результативних соціально-економічних технологій, взаємодії та розподілу соціальних функцій між державою та власниками бізнесу [8]; вирішення ключових проблем соціально-економічного, суспільно-політичного та культурного розвитку окремих підприємств та суспільства в цілому.

Попри значний обсяг досліджень у галузі соціально орієнтованої економіки, лишаються мало опрацьованими принципи і методи публічного висвітлення через показники офіційної фінансової звітності підприємств, соціалізаційних явищ і процесів, їх визначення і виміру із залученням відповідних прийомів оцінювання для подальшого використання в прийнятті управлінських рішень.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Визначити результати теоретичного аналізу та осмислення доцільності вдосконалення підходів до подання у фінансовій звітності українських підприємств, інформації щодо соціалізаційних чинників їх діяльності. Значення таких чинників багаторазово зростає внаслідок наявності загальних закономірностей соціальних перетворень у світовій економіці, а також через прямий вплив фінансового стану та фінансових результатів діяльності суб'єктів господарювання на процеси реформування системи соціально-економічних відносин в Україні [9].

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ступінь соціально-економічного розвитку держави оцінюється за здатністю задовольнити як економічні, так і соціальні потреби



суспільства, але результиуючим показником лишається задоволення соціальних потреб [6]. Останні – важливий стимул для ефективності праці, яка реалізується за умов включення таких соціалізаційних чинників, як освіта, наука, творча ініціатива, особиста культура, винахідливість і, тим більше, мотивація праці, тобто чинників, що надають економічним явищам і процесам соціалізаційних ознак. Коло таких соціалізаційних чинників охоплює не лише мотиваційні спонукання персоналу підприємств, але й соціальні очікування споживачів продукції, населення регіонів розташування виробництв, інших контрагентів.

Конфлікт соціальних та економічних інтересів породжує водночас їх єдність, що виступає в суспільстві джерелом їх саморуху, переводячи економіку на режим саморегульованої сукупності зв'язків і відносин між її окремими учасниками [10]. Подолання суперечностей в прагненні реалізувати означені інтереси набуває форми певних соціально-економічних результатів: кількісне та якісне зростання потреб, підвищення рівня продуктивності праці, раціональний вибір режиму споживання ресурсів тощо. Економічні рішення, прийняті без уваги до соціальних чинників, приречені на провал [7].

Економічна відокремленість кожної первинної ланки господарювання породжує властиві тільки для неї економічні потреби, цілі стратегічного й поточного розвитку та соціальні очікування. В цьому реалізується принцип автономності [1], коли кожне підприємство є самостійною господарською одиницею, що відокремлена від власника підприємства та інших підприємств і відповідає за своїми зобов'язаннями лише майном, що вклали власники. Цей принцип майнових відносин зумовлює існування і розвиток особистих інтересів в залежності від можливостей привласнювати дохід і управляти рухом майна підприємства. Фінансова звітність наочно і конкретно демонструє результати такого «привласнення» через розкриття складу активів, капіталу, зобов'язань, доходів та витрат, потоків грошових коштів підприємства.

Вдосконалення змісту фінансової звітності підприємств через включення до неї показників, що відображують соціалізаційні чинники, стає особливо актуальним для галузей, які, попри ринкові механізми функціонування, мають потужну суспільно-гуманістичну орієнтацію своєї діяльності, що вимагає особливої уваги до формування саме соціалізаційного характеру інформації для прийняття управлінських рішень і робить визначальним системний моніторинг відповідних чинників.

На даному етапі подання матеріалу буде своєчасним розмежувати поняття «соціальних» і «соціалізаційних» чинників. Перші визначаються науковцями здебільшого як так звані «соціальні результати визначені через соціологічні обстеження» [11], а другі, на



думку автора, відображують наслідки заходів, що реалізовані в процесах соціалізації економіки як «засоби забезпечення соціальних змін», які визначаються спрямованістю на створення умов для реалізації суб'єктами економіки функцій самозабезпечення добробуту. Науковці визнають, що соціалізація не є атрибутикою виключно сучасного етапу або якоїсь однієї лінії розвитку [5]. Вона мала місце з різною мірою прояву в усі часи існування людства. Але сучасна структура і механізм функціонування національної економіки виступають підґрунтям подання соціалізації економіки у вигляді «соціалізації продуктивних сил, соціалізації виробничих відносин і соціалізації господарського механізму» [11], що і слід розглядати як сукупність соціалізаційних чинників.

Зазначена актуальність ідеї соціалізації і потреби управління спрямували дослідження в напрямку розробки методичних підходів до формування звітної інформації підприємств, де розкриватиметься не лише склад і вартість економічних ресурсів і результатів, а й масштаби і ресурси соціалізаційних процесів у зовнішньому і внутрішньому середовищах підприємств.

Показники звітності виступають вимірюваними характеристиками сукупності залучених ресурсів та резервів їх походження (а саме: активів, капіталу, зобов'язань, доходів та витрат, що складають елементи фінансової звітності кожного підприємства), які підприємство використовує для забезпечення сталого економічного та соціального функціонування. З урахуванням сказаного, розкриття змісту показників що відбивають «соціалізаційні явища і процеси», будуються на маловивченому зв'язку чинників наявних і використаних ресурсів підприємств з показниками рівня задоволення соціальних потреб персоналу і споживачів продукції.

Проте, щоб відобразити підприємство як цілісну соціально-економічну систему, адаптовану до мінливого економічного середовища, необхідно: 1) мати оцінку сучасного стану системи; і 2) мати оцінку її майбутніх резервів (зобов'язань).

Якщо для першої оцінки достатньо сформулювати систему відокремлених і узагальнюючих економічних показників, то для другої необхідно врахувати певну сукупність теперішніх та майбутніх соціалізаційних факторів і умов, до яких можна віднести: соціальну політику держави, демографічну ситуацію в країні; рівень інтелектуального, професійного, кваліфікаційного і, в цілому, фізично-оздоровчого потенціалу найманих та потенційних працівників.

Враховуючи напрацювання науковців [2–7], значення соціалізаційних ознак фінансової звітності можна описати таким чином: це не просто формалізоване подання інформації щодо сукупності коштів і ресурсів, а передусім динамічна система, яка



відбиває можливості колективу підприємства в цілому і здатність окремих суб'єктів (керівництва або індивідуальних контрагентів) забезпечувати ефективну діяльність, реалізувати місію, досягти стратегічних і тактичних цілей.

Визнання і подання у звітності будь-якого з елементів ресурсів (активів) супроводжується наступними припущеннями: 1) припущенням, що використання такого ресурсу призведе до надходження в майбутньому на підприємство економічних вигод; 2) можливістю надійно оцінити (достовірно виміряти) такий ресурс [1, 9]. Саме розгляд елементів фінансової звітності з боку ймовірності отримання або втрачання не лише економічних вигод [9], але й соціальних, надає фінансовій звітності соціалізаційних ознак.

Умови оцінки соціалізаційних чинників як елементів фінансової звітності [1, 9] надалі залишаються складним завданням. Така оцінка вимагає доступність вартісного виміру, оскільки узагальнення інформації про ресурси і резерви підприємства у фінансовій звітності може відбутися лише за умов її вартісного подання, хоча, як відомо, «далеко не все вимірюється грошима».

Міжнародна практика подання фінансової звітності показує широке використання інформації не лише у вартісному вимірі, а й надання відомостей в натуральних, трудових вимірниках та за допомогою відсоткових і рейтингових співставлень [12]. Компанії, що в поданні звітності керуються Міжнародними стандартами фінансової звітності, традиційно розкривають інформацію щодо своєї участі в програмах екологічного захисту і культурного розвитку, інших соціальних проектах, а саме подають на огляд зацікавлених осіб пов'язані з такими заходами витрачені ресурси або отримані та очікувані вигоди.

Отже, для розкриття елементів фінансової звітності з урахуванням соціальних «вигод» доцільно скористатися наступними визначеннями:

- активи підприємства – це ресурси, що сформовані внаслідок прийнятих в минулому рішень із забезпечення *соціальних і економічних потреб*, використання яких в майбутньому призведе до надходження на підприємство економічних і *соціальних вигод* (*курсив автора*);
- зобов'язання підприємства – це заборгованість, що сформувалася внаслідок прийнятих в минулому рішень із *забезпечення соціальних і економічних потреб*, і погашення якої в майбутньому призведе до вибуття з підприємства економічних і *соціальних вигод* (*курсив автора*);
- власний капітал підприємства – чиста вартість активів (*наявних економічних і соціальних вигод*), що залишається після погашення зобов'язань.



Показники, які відображують соціалізаційні процеси і явища господарської діяльності підприємств, пропонується розкривати в такій послідовності:

– в формалізованих звітах (форма № 1 Баланс, форми № 2, 3, 4 тощо) – у складі статей активів, зобов'язань, капіталу, доходів, витрат та грошових потоків в разі наявності можливості вартісного виміру показника;

– в примітках до фінансових звітів, де передбачено дещо вільне використання вимірників, має подаватися та інформація, яка суттєва для прийняття управлінських рішень, в показниках, вимір яких не обов'язково вартісний і на «професійних судженнях» [1].

Реалізація будь-яким підприємством соціалізаційних функцій формує в першу чергу зобов'язання і резерви, які можуть бути представлені у звітності як:

- зобов'язання перед працівниками по розрахунках, що формуються в господарських процесах підприємства (резерв на оплату відпусток, резерв на витрати з підвищення кваліфікації тощо);
- зобов'язання перед іншими контрагентами (в тому числі населенням регіонів розташування виробництв) з питань екології, зайнятості, соціальної допомоги, соціально-культурного розвитку, що виникають як «юридичні» – відповідно до чинного законодавства, так і «традиційні» [1], що викликані впливом внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства. Прикладами таких показників можуть бути:
- зобов'язання поточного характеру з виплат персоналу за якість праці;
- зобов'язання з виплат персоналу по завершенні трудової діяльності;
- зобов'язання з виплат персоналу внаслідок росту рівня кваліфікації;
- зобов'язання з виплат персоналу внаслідок складних умов праці та шкідливих виробництв;
- зобов'язання за галузевим індивідуальним пенсійним забезпеченням;
- зобов'язання (забезпечення) з фінансування екологічного аудиту діяльності підприємства тощо.

До статей активів соціалізаційного характеру можна віднести такі показники:

- необоротні активи, придбання яких протягом року призвело до збільшення робочих місць на підприємстві;
- активи, що відносяться до діяльності, яка припиняється, і їхнє вибуття спричинить скорочення робочих місць;
- активи, придбані протягом року, впровадження яких потребує підвищення кваліфікації кадрів;



- активи, використання яких скорочує робочий час працівників або зменшують ручну працю;
- нематеріальні активи, створені на підприємстві і зареєстровані як об'єкти інтелектуальної власності;
- фінансові активи, що є інструментами інвестування в пенсійні фонди тощо.

У примітках до фінансової звітності може бути представлена інформація:

- екологічні заходи: плани і програми природоохоронних заходів, вартість проектів захисту навколишнього середовища експертні оцінки вартості екологічного аудиту;
- освітній рівень працівників: витрати на підвищення кваліфікації, кількість працівників із вищою освітою, динаміка росту середньорічної заробітної плати робітника з вищою освітою;
- витрати на такі соціалізаційні заходи, як моніторинг соціального середовища підприємства, соціальна діагностика робочих місць, оцінка соціальної безпеки регіонів розташування підприємств тощо.

ВИСНОВКИ

Враховуючи потребу дослідження нових тенденцій соціалізації економіки, доцільно використовувати соціалізаційні чинники на рівні з економічними в прийнятті управлінських рішень з метою вдосконалення механізму соціального регулювання діяльності провідних галузей економіки України. Достовірність, своєчасність і порівнянність соціалізаційних показників звітності підвищує якість прийняття управлінських рішень, зокрема в напрямку задоволення економічних і соціальних потреб груп контрагентів, пов'язаних із відповідним підприємством чи галуззю. Перспективою подальшого дослідження стає завдання розвинути зміст активів і зобов'язань у фінансовій звітності підприємств та підвищити її аналітичну цінність за рахунок подання інформації про активи, зобов'язання, доходи та витрати, пов'язані із соціалізаційними явищами і процесами.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Концептуальна основа фінансової звітності / Міжнародні стандарти фінансової звітності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www1.minfin.ru/ru/accounting/mej_standart_fo/docs/ 2. Чабанюк О. М. Фінансова звітність та її місце у прийнятті управлінських рішень [Текст] / О. М. Чабанюк, Н. Р. Бернацька, Н. В. Мазур // Materialy VII Mezinarodni vedecko – prakticka konference «Moderni vymozenosti vedy – 2011». – Dil 4. Economicke vedy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o. – 112 s. – S. 69. 3. Гальчинський А. Глобальні трансформації : концептуальні альтернативи. Методологічні аспекти : наук. вид. / А. Гальчинський. – К. : Либідь, 2007. – 312 с. 4. Головніна О. Г. Основи соціальної економіки : підручник / О. Г. Головніна. – К. : Арістей, 2006. – 280 с. 5. Зайцев Ю. К. Соціалізація економіки України та системна трансформація суспільства: методологія і практика : монографія / Ю. К. Зайцев. – К. : КНЕУ, 2006. – 188 с. 6. Цумаєва А. С.



Інституціональні передумови впровадження соціальної політики в Україні / А. С. Цумасва // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Випуск 17. – Черкаси, ЧДТУ, 2010. – С. 101–105. 7. Салюта Ю. М. Соціалізація економіки: об'єктивна необхідність та основні напрями в Україні : дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01 / Ю. М. Салюта // Київський національний економічний ун-т. – К., 2008. – 248 с. 8. Державне регулювання соціальних процесів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rada.org.com.ua>. 9. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.99 № 996-XIV зі змінами та доповненнями, редакція від 14.01.2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14> 10. Гейц В. М. Перехідна економіка : підручник / За ред. В. М. Гейця. – К. : Вища школа, 2003. – 369 с. 11. Юрчишин І. І. Соціальна політика та соціалізація економіки України: деякі аспекти та проблеми / І. І. Юрчишин [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vpu/Ekon/2010_6/32.pdf 12. Методичні рекомендації з перевірки порівнянності показників фінансової звітності : затв. Наказом Міністерства фінансів України від 22 грудня 2008 р. № 1524 // Фінансова звітність: від стандартів до практики. Збірник систематизованого законодавства. Бухгалтерія. Вип. 1. – 2009. – С. 16–28.

Дата надходження до редакції – 20.03.2013 р.

УДК 330.42: 314.88.001.18 (477.46)

Гук В. І.¹

ПРОГНОЗ НАСЕЛЕННЯ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА 2013 РІК МЕТОДОМ АНАЛІЗУ АДИТИВНИХ КОМПОНЕНТ ЧАСОВОГО РЯДУ

У статті розглянуто проблему демографічного прогнозування чисельності населення. В роботі використовується підхід, що базується на аналізі часових рядів. По кроках описано алгоритм розрахунку інтервального прогнозу чисельності населення методом аналізу адитивних компонент часового ряду.

Ключові слова: адитивні компоненти часового ряду, прогнозування, тренд, сезонна компонента, ряд Фур'є, циклічна компонента.

ВСТУП

Останнім часом в Україні спостерігається тенденція до постійного скорочення чисельності населення. Взагалі чисельність населення залежить від народжуваності, смертності, структури населення, масштабів та інтенсивності міграційних процесів. Врахувати всі ці фактори для створення математичної моделі та прогнозу чисельності населення практично неможливо. Тому динаміка

¹ Рецензент – Савченко С. О., д. е. н., доцент



чисельності та складу населення характеризується значним ступенем невизначеності, стохастичності.

Способом вирішення проблеми демографічного прогнозування є використання інтервальних прогнозів за допомогою часових рядів, коли немає необхідності описувати функціональну залежність чисельності населення від будь-яких змінних, крім часу.

Для прогнозування значень часових рядів використовуються як найпростіші методи, наприклад, прогнозування на основі тренду [1], так і досить складні адаптивні методи прогнозування [2], які засновані на представленні часового ряду окремою реалізацією випадкового процесу і моделюванні цього процесу на підставі аналізу автокореляційної функції. Демографічне прогнозування характеризується відсутністю різких змін членів часового ряду, що пов'язано з великою інерційністю такого соціального показника, як чисельність населення регіону [3]. Тому для прогнозування можна використовувати відносно простий і наочний метод аналізу компонент часового ряду [4]. Відповідно до цього методу часовий ряд Y_t представляється у вигляді суми окремих компонент: тренда T_t , сезонної S_t , циклічної C_t і випадкової ε_t компоненти. Таке представлення називають адитивною моделлю часового ряду і записують у вигляді:

$$Y_t = T_t + S_t + C_t + \varepsilon_t. \quad (1)$$

Поділ часового ряду на компоненти, визначення математичних формул для прогнозного розрахунку невинуватих компонент і знаходження закону розподілу випадкової компоненти і її числових параметрів є досить складним завданням [5].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою є розробка єдиного формалізованого математичного методу прогнозування чисельності населення на підставі послідовного виділення та аналізу компонент часового ряду на прикладі задачі прогнозування чисельності населення Черкаської області.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Статистичні дані по чисельності населення Черкаської області доступні на сайті Державної служби статистики України [6]. Дані наводяться помісячно з лютого 2003 по жовтень 2012 року. Часовий ряд, тобто залежність чисельності населення Y від часу t , можна представити у вигляді графіка, наведеного на рисунку 1.

Алгоритм розрахунків складається з наступних кроків:

Крок 1. Вибір виду тренда, побудова формули тренда і знаходження залишку часового ряду без тренда.



Рис. 1. Графік часового ряду чисельності населення Черкаської області (за даними Державної служби статистики України)

Виходячи з виду графіка, наведеного на рисунку 1, можна припустити, що тренд має поліноміальний вигляд і близький до лінійного. Формули різних трендів і коефіцієнт детермінації R^2 , який характеризує величину достовірності апроксимації, наводяться в табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння точності апроксимації даних різними видами трендів

Вид тренду	Поліноміальний тренд				Степеневий тренд	Експоненціальний тренд
	лінійний	квадратичний	кубичний	4-го ступеню		
Формула тренду	$y = -990,77t + 1 \cdot 10^6$	$y = 3,7608t^2 - 1434,5t + 1 \cdot 10^6$	$y = 0,0061t^3 + 2,6824t^2 - 1383,4t + 1 \cdot 10^6$	$y = -0,0005t^4 + 0,1347t^3 - 7,104t^2 - 1124,2t + 1 \cdot 10^6$	$y = (1 \cdot 10^6) \cdot e^{-(7 \cdot E-4)t}$	$y = (1 \cdot 10^6) \cdot t^{0,025}$
Коефіцієнт детермінації R^2	0,9862	0,9992	0,9992	0,9994	0,9885	0,849

Джерело: власна розробка



З таблиці видно, що найкращим слід вважати поліноміальний тренд другого порядку, тобто квадратичний тренд зі значенням коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,9992$. Кубічний тренд має таке ж значення коефіцієнта детермінації, а поліноміальний тренд 4-го порядку хоча й має більше значення коефіцієнта детермінації $R^2 = 0,9994$, але відмінність між коефіцієнтами незначна і ускладнювати формулу тренда немає сенсу. Перевагу квадратичного тренду перед лінійним видно і на графіку, наведеному на рисунку 2.

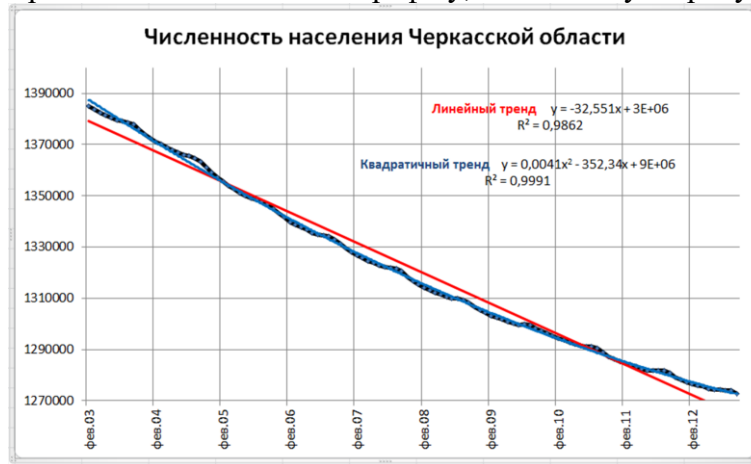


Рис. 2. Порівняння лінійного і квадратичного трендів часового ряду

Джерело: власна розробка

Для визначення коефіцієнтів квадратичного тренду

$$\varphi(t) = a_0 \cdot t^2 + a_1 \cdot t + a_2 \quad (2)$$

необхідно розв'язати систему нормальних рівнянь методу найменших квадратів

$$\begin{cases} a_0 \cdot \sum_{k=1}^n t_k^4 + a_1 \cdot \sum_{k=1}^n t_k^3 + a_2 \cdot \sum_{k=1}^n t_k^2 = \sum_{k=1}^n t_k^2 \cdot y_k \\ a_0 \cdot \sum_{k=1}^n t_k^3 + a_1 \cdot \sum_{k=1}^n t_k^2 + a_2 \cdot \sum_{k=1}^n t_k = \sum_{k=1}^n t_k \cdot y_k \\ a_0 \cdot \sum_{k=1}^n t_k^2 + a_1 \cdot \sum_{k=1}^n t_k + a_2 \cdot n = \sum_{k=1}^n y_k \end{cases} \quad (3)$$

Визначаючи за допомогою сумування відповідних величин коефіцієнти системи нормальних рівнянь (3), отримаємо наступну систему:

$$\begin{cases} 4479124299 \cdot a_0 + 47651409 \cdot a_1 + 540735 \cdot a_2 = 6995151333 \cdot 70 \\ 47651409 \cdot a_0 + 540735 \cdot a_1 + 6903 \cdot a_2 = 148893381 \\ 540735 \cdot a_0 + 6903 \cdot a_1 + 117 \cdot a_2 = 154632498 \end{cases} \quad (4)$$



Після розв'язання системи лінійних алгебраїчних рівнянь знаходимо значення коефіцієнтів квадратичного тренду:

$$a_0 = 3,760780495; \quad a_1 = -1434,538572 \quad a_2 = 1,388901984 \cdot 10^6 \quad (5)$$

Таким чином, уточнена формула квадратичного тренду має вигляд:

$$\varphi(t) = 3,760780495 \cdot t^2 - 1434,538572 \cdot t + 1388901,984 \quad (6)$$

Графік залишку часового ряду, отриманого після видалення квадратичного тренду, наведений на рисунку 3.

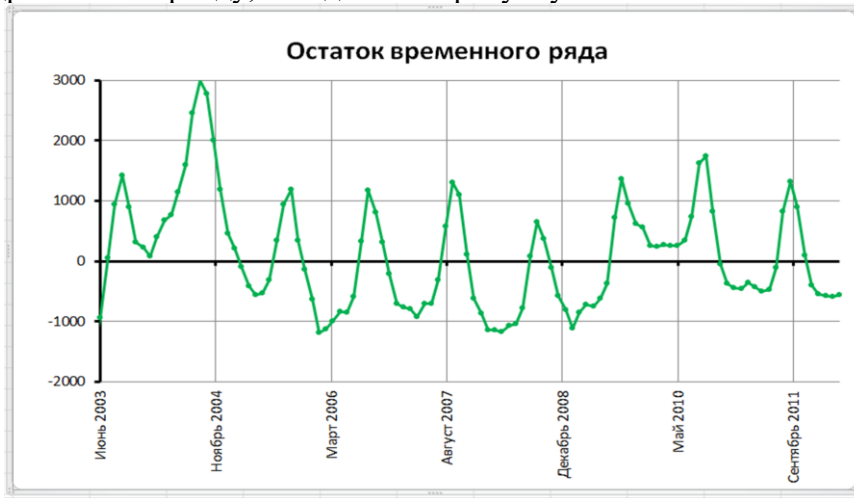


Рис. 3. Залишок часового ряду після видалення тренду

Джерело: власна розробка

Крок 2. Виділення сезонної компоненти часового ряду. Фур'є-аналіз періодичної функції, представлення сезонної компоненти у вигляді декількох головних гармонік ряду Фур'є і знаходження залишку часового ряду без тренду і сезонної компоненти.

Сезонна компонента часового ряду – це коливальна складова ряду з періодом 12 місяців. Згідно з методом простої середньої [4], для виділення сезонної компоненти слід усереднити дані про чисельність населення по місяцях за всі доступні для аналізу роки. Після проведення Фур'є-аналізу отримуємо тригонометричний многочлен для апроксимації сезонної компоненти часового ряду у вигляді

$$\begin{aligned} S(t) = & \frac{a_0}{2} + a_1 \cdot \cos(\omega \cdot t) + b_1 \cdot \sin(\omega \cdot t) + \\ & + a_2 \cdot \cos(2\omega \cdot t) + b_2 \cdot \sin(2\omega \cdot t) + \\ & + a_3 \cdot \cos(3\omega \cdot t) + b_3 \cdot \sin(3\omega \cdot t) + \dots + \\ & + a_n \cdot \cos(n\omega \cdot t) + b_n \cdot \sin(n\omega \cdot t) \end{aligned} \quad (7)$$



$$\text{де } \omega = \frac{2\pi}{T}$$

$$a_j = \frac{2}{n} \sum_{k=0}^{n-1} y_k \cos\left(j \frac{2\pi k}{n}\right) \quad b_j = \frac{2}{n} \sum_{k=0}^{n-1} y_k \sin\left(j \frac{2\pi k}{n}\right)$$

Після відкидання гармонік в формулі (7), амплітуда яких складає менше, ніж 5 % від амплітуди першої гармоніки, отримуємо сезонну компоненту, графік якої наведений на рис. 4.



Рис. 4. Сезонна компонента часового ряду, виділена методом Фур'є
Джерело: власна розробка

До формули розкладу Фур'є, яка використана для побудови графіку, входять перша, друга та третя гармоніки. Старші гармоніки дають незначний внесок, що видно з табл. 2, і тому ними можна знехтувати.

Таблиця 2

Амплітуди гармонік у відсотковому відношенні до першої гармоніки

Перша гармоніка	Друга гармоніка	Третя гармоніка	Четверта гармоніка	П'ята гармоніка	Шоста гармоніка
100,00 %	31,34 %	12,85 %	3,98 %	3,04 %	0,42 %

Формула сезонної компоненти має вигляд

$$\begin{aligned}
 S(t) = & 0,8941835 - 264,8851926 \cdot \cos(0,523598776 \cdot t) - \\
 & - 885,1802724 \cdot \sin(0,523598776 \cdot t) - \\
 & - 219,1015182 \cdot \cos(1,04719755 \cdot t) + \\
 & + 189,2805004 \cdot \sin(1,04719755 \cdot t) + \\
 & + 112,9127699 \cdot \cos(1,57079633 \cdot t) - \\
 & - 36,83426227 \cdot \sin(1,57079633 \cdot t)
 \end{aligned} \tag{8}$$



Графік залишку часового ряду, отриманого після видалення сезонної компоненти, має вигляд, що наведений на рисунку 5.

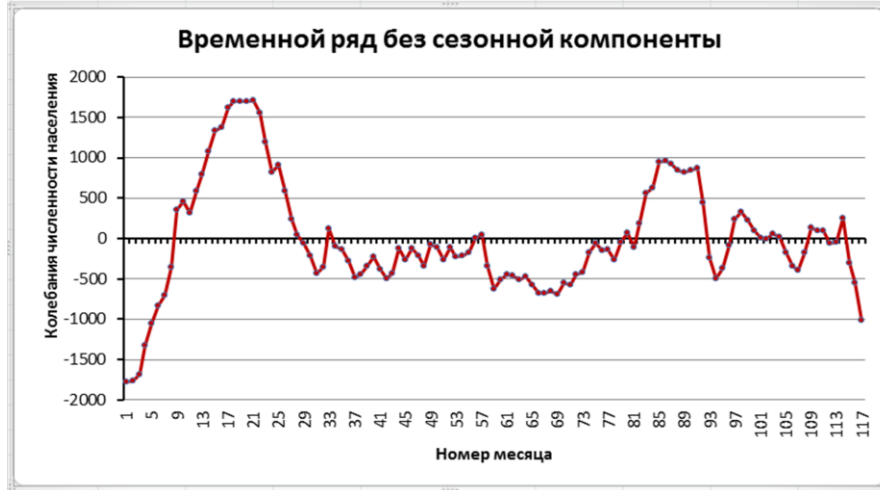


Рис. 5. Залишок часового ряду після видалення сезонної компоненти
Джерело: власна розробка

Крок 3. Виділення циклічної компоненти часового ряду методом простої середньої.

Наведений на рис. 5 графік залишку часового ряду має ще одну коливальну складову з періодом, що значно перевищує один рік. Після обчислення значень автокореляційної функції було визначено, що періодичність залишку часового ряду складає 72 місяці, тобто часовий ряд чисельності населення має коливальну складову з періодом 6 років. Формула цієї циклічної складової визначається аналогічно формулі сезонної складової та має наступний вигляд

$$\begin{aligned}
 C(t) = & -38,4700705 - \\
 & -88,10844927 \cdot \cos(0,087266463 \cdot t) - 286,0031076 \cdot \sin(0,087266463 \cdot t) - \\
 & + 114,8419392 \cdot \cos(0,1745329 \cdot t) - 184,9657717 \cdot \sin(0,1745329 \cdot t) + \\
 & -96,91714439 \cdot \cos(0,2617994 \cdot t) + 41,40451887 \cdot \sin(0,2617994 \cdot t) - \\
 & -144,6785018 \cdot \cos(0,3490659 \cdot t) + 128,4454902 \cdot \sin(0,3490659 \cdot t)
 \end{aligned} \quad (9)$$

Графік залишку часового ряду, отриманого після видалення циклічної компоненти (9), має вигляд, що наведений на рисунку 6.

Крок 4. Виділення та аналіз випадкової компоненти. Знаходження оцінок числових параметрів випадкової величини.

Цей залишок можна вважати випадковою компонентою, яка має хаотичний характер. За допомогою критерію Пірсона було показано, що можна прийняти припущення про нормальний закон розподілу випадкової компоненти. Оцінки числових параметрів випадкової компоненти часового ряду наведені в табл. 3.



Рис. 6. Залишок часового ряду після видалення регулярних компонент
Джерело: власна розробка

Таблиця 3

Оцінка числових параметрів випадкової компоненти часового ряду

Найменування параметру	Оцінка параметру
Математичне сподівання	-4,85841 E-14
Середнє квадратичне відхилення	439,3204595
Коефіцієнт ексцесу	-0,387013661
Коефіцієнт асиметрії	0,036139586

Джерело: власна розробка

Крок 5. Визначення відносних похибок прогнозування шляхом порівняння прогнозних і реальних значень часового ряду. Побудова точкового прогнозу.

Будуємо прогноз кожної компоненти часового ряду і сумарний прогноз чисельності населення області на 2013 рік. Для цього:

а) квадратичний тренд, сезонну складову та циклічну складову за формулами (6), (8) та (9) розраховуємо ще на 12 місяців 2013 року;

б) випадкову складову продовжуємо на 2013 рік за допомогою інструменту «Генерація случайных чисел» надбудови «Анализ данных» MS Excel при значеннях математичного сподівання і середнього квадратичного відхилення, які наведені в таблиці 3;

в) підсумовуємо всі компоненти часового ряду і в результаті отримуємо прогноз чисельності населення, графік якого наведено на рис. 7.

Для знаходження відносної похибки прогнозу виконується прогноз вже відомих даних, тобто виконується прогноз на 2012 рік на підставі даних на кінець 2011 року. Після порівняння розрахункових та фактичних даних встановлено, що максимальна похибка прогнозу складає 9,09 %, тобто не перевищує 10 %.

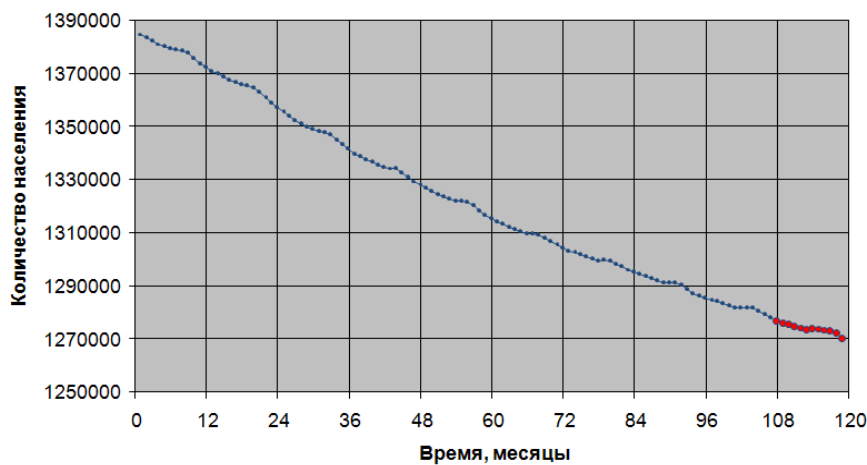


Рис. 7. Прогнозний графік зміни чисельності населення Черкаської області

Джерело: власна розробка

Віднімаючи від прогнозованої чисельності населення значення, що відповідає половині відносної похибки, отримуємо мінімальну прогнозовану чисельність населення, а додаючи відповідне значення, отримуємо максимальну прогнозовану чисельність населення. Ці дані наведені в таблиці 4.

Таблиця 4

Розрахунковий діапазон чисельність населення Черкаської області з урахуванням похибки прогнозування

Місяць	Мінімальне прогнозне значення	Максимальне прогнозне значення
Січень	1160770	1392900
Лютий	1159840	1391790
Березень	1157470	1391350
Квітень	1158820	1390570
Травень	1158310	1389960
Червень	1157710	1389240
Липень	1157990	1389570
Серпень	1157950	1389520
Вересень	1157560	1389060
Жовтень	1157310	1388760
Листопад	1156530	1387820
Грудень	1154920	1385880

Джерело: власна розробка



ВИСНОВКИ

- 1) Запропонований алгоритм прогнозування на основі аналізу адитивних компонент часового ряду дозволяє з достатньою для практики точністю виконувати прогнозування соціально-економічних величин.
- 2) На підставі отриманих прогнозних даних видно, що в 2013 році збережеться тенденція до зменшення населення Черкаської області. Згідно виконаного прогнозу, населення Черкаської області в грудні 2013 року зменшиться і становитиме близько 1 270 400 осіб (з відносною похибкою 10 %). Тенденція до зменшення чисельності населення області спостерігатиметься і в найближчому майбутньому (щонайменше 5 років).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Кобелев Н. Б. Практика применения экономико-математических методов и моделей : учебно-практическое пособие / Н. Б. Кобелев. – М. : Финстатинформ, 2000. – 248 с.
2. Арженовский С. В. Статистические методы прогнозирования : учебное пособие для аспирантов / С. В. Арженовский, И. Н. Молчанов. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный экономический университет, 2001. – 74 с.
3. Касьяненко В. О. Моделювання та прогнозування економічних процесів. Конспект лекцій : навчальний посібник / В. О. Касьяненко, Л. В. Старченко. – Суми : Університетська книга, 2006. – 192 с.
4. Афанасьев В. Н. Анализ временных рядов и прогнозирование : учебник / В. Н. Афанасьев, М. М. Юзбашев. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 228 с.
5. Методы и модели анализа временных рядов: Методические указания к лабораторным работам / Составитель С. И. Татаренко. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, 2008. – 32 с.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Статистична інформація. Демографічна ситуація. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> – Чисельність населення.

Дата надходження до редакції – 20.03.2013 р.

УДК 336.76

Шнак Л. О.¹

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ЦЕНТРІВ

В статті розкриті особливості розвитку світових фінансових центрів, їх класифікація та основна характеристика. Зазначені потужні світові фінансові центри та проаналізовані основні показники їх функціонування. Визначені параметри, необхідні для перетворення національних фінансових центрів в світові та регіональні.

Ключові слова: фінансові центри, транснаціональні компанії, фінансове регулювання, фондовий ринок, валютний ринок, інвестиційні ресурси.

¹ Рецензент – Савченко С. О., д. е. н., доцент



ВСТУП

Реалізацію економічної політики держава здійснює завдяки грошовим і фінансово-кредитним важелям, а фінансова система – це сектор економіки, де в повному обсязі працюють ринкові механізми. Міжнародні валютно-фінансові і кредитні відносини – це складова частина фінансової системи, а також достатньо складна сфера ринкового господарства. Саме в цих відносинах концентрується проблематика національної та світової економіки [1].

Завдяки постійному розширенню та розвитку зовнішньоторговельних, науково-технічних та інших факторів і зв'язків ускладнюється та постійно змінюється реалізація міжнародних валютно-фінансових та кредитних відносин. Виходячи з ситуації, дане становище вимагає вивчення світового досвіду особливостей функціонування ринків валют, кредитів, цінних паперів, золота.

Питання сутності та обґрунтованості функціонування фінансового ринку, оцінки різних його складових викладені в працях вітчизняних і зарубіжних науковців: М. Д. Алексеєнка, В. В. Беляєва, Л. П. Бєлих, В. С. Васильченка, М. М. Кириченко, Л. Н. Красавіна, В. В. Корнеєва, І. О. Лютого, В. П. Прадуна, О. Ю. Смолянської, В. М. Шелудько, В. П. Ходаківської. Також потрібно визначити, що на сьогодні немає одностайної точки зору щодо економічної сутності фінансових центрів. Більшість думок економістів недостатньо враховують сучасні тенденції розвитку фінансового ринку, зміни у законодавчій базі тощо.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою публікації є дослідження розвитку світових та регіональних фінансових ринків при сучасних тенденціях різкого розширення зовнішньоторговельних, науково-технічних і багатьох інших факторів і зв'язків, функціонування міжнародних валютно-фінансових і кредитних відносин. Постає питання вивчення сутності фінансових центрів та новітніх тенденцій функціонування, їх основних показників, напрямів діяльності тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

На площині конкурентної боротьби визначено світові фінансові центри – Лондон, Нью-Йорк, Сінгапур, Цюрих, Люксембург, Франкфурт-на-Майні та ін. Світові фінансові центри – центри зосередження банків і спеціалізованих кредитно-фінансових інститутів, що здійснюють міжнародні валютні, кредитні та фінансові операції, операції з цінними паперами, золотом. Згідно історії, світові фінансові центри виникають на основі національних ринків і на базі розвитку світових валютних, кредитних, фінансових ринків, ринку дорогоцінних металів [2].



На рівні світового господарства постійно проходить перерозподіл грошового капіталу, який створюється під час кругообігу капіталу. Основою світових фінансових потоків є матеріальні процеси відтворення [2].

Фактори, які впливають на спрямування та обсяг фінансових потоків:

1. Сучасний стан економіки країни.
2. Взаємна лібералізація торгівлі країн-учасниць.
3. Структурна перебудова в економіці.
4. Велика кількість незбалансованостей міжнародних розрахунків.
5. Обсяг вивезення капіталу значно випереджає торгівлю товарами і послугами.

Завдяки світовим фінансовим потокам обслуговується рух товарів, послуг і здійснюється перерозподіл грошового капіталу на міждержавному рівні та між конкурентами світового ринку.

Завдяки руху світових фінансових потоків здійснюється пересування по визначених фінансових каналах:

- розрахунково-кредитне обслуговування купівлі-продажу товарів (включаючи особливий товар – золото) і послуг;
- закордонні інвестиції в основний і оборотний капітал;
- операції з цінними паперами та різними фінансовими інструментами;
- валютні операції;
- внески держав в міжнародні фінансово-кредитні організації та допомога країнам, що розвиваються, завдяки перерозподілу частини національного доходу через бюджет.

Закономірність кругообігу грошового капіталу є основою розвитку світових валютних, кредитних, фінансових ринків. У певних місцях можуть тимчасово вивільнитися капітали, отже, в інших місцях з'являється попит на них. Відповідно до законів ринкової економіки та принципів обігу грошового капіталу, капітал не може знаходитися в бездіяльній формі. На основі перерозподілу капіталу та ринкових механізмів тимчасово вільні ресурси залучаються до кругообігу капіталу та забезпечують безперервність його відтворення, тим самим забезпечуючи прибутки підприємцям. На базі національних валютних ринків виникли світові, вони тісно взаємодіють між собою та мають специфічні відмінності:

- величезні масштаби. За деякими оцінками, щоденні операції на світових валютних і фінансових ринках у 50 разів перевищують операції по світовій торгівлі товарами;
- відсутність географічних кордонів;
- цілодобове проведення операцій;
- використання валют провідних країн;



- учасниками є в основному першокласні банки, корпорації, фінансово-кредитні інститути з високим рейтингом;
- доступ на ці ринки мають в основному першокласні позичальники або під солідну гарантію;
- диверсифікація сегментів ринку та інструментів операцій в умовах революції у сфері фінансових послуг;
- специфічні міжнародні процентні ставки;
- стандартизація та високий ступінь інформаційних технологій.

Вирішальним стимулом розвитку світових ринків валют, кредитів, цінних паперів, золота є конкуренція, вона регулює обсяг і перерозподіл світових фінансових потоків, ціни на кредити, які пропонуються учасниками ринків. Завдяки конкуренції виявляються найбільш потужні учасники ринку, конкурентна боротьба не у всіх випадках є ефективною. Завдяки цьому ринкове регулювання поєднується з державним, держава бере участь у діяльності світових ринків з метою запобігання та виходу з кризових явищ.

Участь національних валютних, кредитних, фінансових ринків в операціях світового ринку визначається рядом факторів [2]:

- відповідним місцем країни у світовій системі господарства та її валютно-економічним становищем;
- наявністю розвиненої кредитної системи та добре організованої фондової біржі;
- помірністю оподаткування;
- пільговістю валютного законодавства, що відкриває доступ іноземним позичальникам на національний ринок та іноземним цінним паперам до біржового котирування;
- зручним географічним положенням.

Дані фактори визначають певну кількість національних ринків, які виконують міжнародні операції. В результаті конкуренції склалися світові фінансові центри – Нью-Йорк, Лондон, Цюрих, Люксембург, Франкфурт-на-Майні, Сінгапур та ін. (табл. 1) [4].

Розробники Індексу глобальних фінансових центрів (GFCI) Корпорації лондонського Сіті називають тільки два глобальних центри – Лондон і Нью-Йорк. Крім того, сформувалися кілька міжнародних фінансових центрів регіонального рівня: Гонконг, ПАР (Йоганнесбург), Мексика, Швеція (Стокгольм), Бразилія, Австралія, Тайвань, Південна Корея. Неминуче (зважаючи на розмір ринків) на роль фінансового світового центру претендує Китай.



Таблиця 1

Рейтинг світових фінансових центрів

Місто	Місце	Бали	Опис
Лондон	1	765	Лідерство більш ніж за 80 % показників. Плюси: співробітники, доступ до ринків (ЄС, Східна Європа, Росія, Близький Схід), фінансове регулювання. Проблеми: ставки податку на прибуток, транспортна інфраструктура, операційні витрати
Нью-Йорк	2	760	Лідерство більш ніж за 80 % показників. Плюси: співробітники і ринок США. Мінуси: фінансове регулювання, зокрема, закон Сарбейнса-Окслі
Гонконг	3	684	Успішний регіональний центр. Відмінні результати за більшістю показників, зокрема в регулюванні. Високі витрати не знижують конкурентоспроможність. Реальний кандидат на перетворення в глобальний фінансовий центр
Сінгапур	4	660	Сильний центр за більшістю показників, зокрема з регулювання банківського сектора. Мінуси: загальна конкурентоспроможність. Другий найбільший фінансовий центр Азії
Цюрих	5	656	Сильний спеціалізований центр. Ніша – обслуговування багатих клієнтів (private banking) та управління активами. Мінуси: невеликий пул професіоналів і невисока загальна конкурентоспроможність
Франкфурт-на-Майні	6	647	Сильний центр за більшістю показників, зокрема з регулювання банківського сектору. Місце, де розміщена штаб-квартира Європейського центрального банку

Джерело: [4]

З'явилась велика кількість аналітичних робіт фахівців з різних країн, які розпізнавали різні формації глобальних міст, пропонували самостійні оцінки та критерії їх виділення і обґрунтовували свої рейтинги. Так, на основі детального аналізу розміщення головних штаб-квартир ТНК, їх галузевих і регіональних офісів Г. Трифт виділяє глобальні, зональні та регіональні центри (табл. 2).



Таблиця 2

Класифікація фінансових центрів на основі розміщення головних
штаб-квартир транснаціональних компаній

Глобальні центри	Зональні центри	Регіональні центри
Нью-Йорк Лондон Токіо	Сінгапур Гонконг Париж Лос-Анджелес	Сідней Чикаго Сан-Франциско Даллас Маямі Гонолулу

Джерело: [2]

На основі зональних і регіональних фінансових центрів намітилася стійка тенденція до того, що уряди країн роблять дуже серйозні кроки для перетворення їх в міжнародні глобальні центри.

Інший можливий тип класифікації пов'язаний зі спеціалізацією фінансових центрів. Так, в рамках Західної Європи Лондон відомий насамперед ринками євровалютних операцій, фондових цінностей, золота, ф'ючерсних угод. Цюрих грає роль ринку золота, Сінгапур – фондового акумулятора регіону, Гонконг – центру міжнародного синдикуваного кредитування. У Нью-Йорку знаходяться штаб-квартири більшості інвестиційних банків, що займаються операціями злиття та поглинання. Ряд фінансових центрів спеціалізується на певних напрямках фінансової діяльності. Так, на Чикаго протягом тривалого періоду припадало більше половини світового ринку ф'ючерсних і опціонних угод. В останні роки за лідируючі позиції в цих сферах з Чикаго почав конкурувати з Франкфуртом-на-Майні.

Сучасні світові фінансові центри утворюються в місцях зосередження капіталу незалежно від того, чи знаходяться вони в країнах – експортерах капіталу чи імпортерах. Окремі великі фінансові центри розташовані в бідних країнах з огляду власних позичкових капіталів.

Зараз в світі діє багато різноманітних фінансових центрів, які можливо поділити на три групи:

- 1) фінансові центри в країнах з розвинутою ринковою економікою;
- 2) фінансові центри в країнах, що розвиваються;
- 3) офшорні фінансові центри, що сформувалися в обох згаданих групах країн.

Найбільшим фінансовим центром залишається Лондон. Вже сьогодні майже кожне шосте робоче місце в Лондоні прямо або опосередковано пов'язане з фінансовим сектором. У 2002 році, за оцінками Центру економічних і ділових досліджень (CEBR), в Сіті працювало близько 280 тис. осіб, у 2007 році у фінансовому секторі



Лондона були зайняті вже близько 450 тис. осіб, а в 2011 році в секторі працювало 600 тис. осіб. Це говорить про те, що Лондон претендує на більшу роль у світовій фінансовій системі, перетягуючи на себе все більше угод – як у Європі, так і в цілому по світу.

У конкурентній боротьбі за звання світового фінансового центру поступово перемагає Лондон, особливо завдяки більш ліберальному законодавству. Сьогодні близько 80 % інвестбанківських операцій прямо або опосередковано проходять через Лондон, так що британська столиця стала вважати себе провідним фінансовим центром світу. Виплата майже 17 млрд доларів бонусів співробітникам лондонських інвестбанків в минулому році підтверджує лідерство; бонуси в Нью-Йорку за результатами минулого року виявилися на третину меншими.

Статистика також підтверджує те, що Лондон є лідером у світовій фінансовій системі, на нього припадає 70 % вторинного ринку облігацій і майже 50 % ринку деривативів. Лондон – найбільший центр торгівлі іноземною валютою, і цей ринок росте на 39 % щорічно – набагато швидше, ніж Нью-Йорк з його 8 % приросту. Майже 80 % європейських хедж-фондів управляються з Лондона, причому середня норма прибутку в них у минулому році склала 16 % – майже в два рази більше, ніж у хедж-фондів у США; минулого року на Лондонській фондовій біржі було здійснено 419 нових розміщень (включаючи Альтернативний інвестиційний ринок, AIM) – удвічі більше, ніж у Нью-Йорку (36 на Нью-Йоркській фондовій біржі і 138 на високотехнологічній біржі NASDAQ).

Нью-Йорк як фінансовий центр дуже динамічний, але не настільки орієнтований на обслуговування світової економіки – основна ставка робиться на ринок США.

Дуже сильно по позиціях Нью-Йорка вдарили теракти 11 вересня 2001 року. Жорсткі правила безпеки, яких стали дотримуватися після терактів, перетворили прильоти в аеропорти імені Джона Кеннеді та Ньюарк у малоприємний досвід: довгі черги, перевірка багажу, довгі співбесіди на кордоні.

Згідно з даними компанії Euromonitor, в 2010 році кількість прямуючих до США з питань бізнесу скоротилася порівняно з 2001 роком майже на 20 %. Це в той час, коли світова економіка і торгівля продовжували швидко зростати і розвиватись. Періодичні оголошення терористичної небезпеки в США і Європі привели до зниження поїздок бізнесменів з Америки за межі країни. Підсилення недовіри до іноземців у США визначається не тільки під час прикордонного огляду, але й на ринку фінансів і серед політиків. Коли в 2006 році компанія Dubai Port World (дочірнє підприємство Dubai World), що належить уряду Дубая, проголосила про придбання британського оператора портів P&O, угода була заблокована, американські політики виявилися не готові продати порти на східному



та західному узбережжях США компанії з арабської країни, навіть незважаючи на те, що ОАЕ є союзником Вашингтона [4].

Також світовим фінансовим центром є Цюрих, який намагається відібрати першість у Лондона за операціями із золотом, а також Люксембург. На частку останнього припадає близько 1/4 всіх євровалютних кредитів.

Внаслідок посилення позицій Японії в світовому господарстві в ході конкурентної боротьби світовим фінансовим центром став Токіо завдяки створенню за кордоном потужної банківської мережі, впровадження ієни в міжнародний економічний оборот, скасування валютних обмежень. На відміну від США, які з 1985 р. стали нетто-боржником, Японія – провідна країна нетто-кредитор. Японські банки домінують у світі, в тому числі у сфері міжнародних операцій (майже 40 %), випередивши банки США (15 %) і Західної Європи. В кінці 90-х років відбулося тимчасове послаблення міжнародних позицій Японії у зв'язку з економічною кризою і в значній мірі під впливом небувалої за останні 30 років фінансової та валютної кризи.

Гонконг є третім за величиною світовим фінансовим центром (після Нью-Йорка і Лондона), дев'ятою за величиною економікою світу і займає одинадцяте місце в списку найбільш великих експортерів послуг. Гонконг займає шосте місце в світі, а фондовий ринок є найбільшим в Азії за ступенем капіталізації після Японії.

Люксембург – це великий фінансовий центр. Тут розташовані багато організацій ЄС, більше 1000 інвестиційних фондів і понад 200 банків. Банки та інші фінансово-кредитні інститути Люксембурга управляють активами на суму більше 330 мільярдів євро, а це 10 % від частки міжнародного ринку приватного банківського обслуговування.

Люксембург є визнаним найбільшим центром private banking в Єврозоні, а також другим за величиною в світі центром інвестиційних фондів. За останні роки Люксембург продемонстрував стійкість до економічної фінансової кризи. За європейськими мірками цей міжнародний фінансовий центр має найнижчий рівень бюджетного дефіциту. Як вважають експерти Міжнародного валютного фонду, банки Люксембурга залишаються добре капіталізованими, рентабельними і ліквідними, незважаючи на те, що в 2011 році сектор інвестиційних фондів поніс деякі втрати через нестійку ситуацію в Єврозоні. На початку 2012 року сума активів, що знаходяться під управлінням, досягла € 2 трлн.

Сінгапур є процвітаючим фінансовим центром з міжнародною репутацією, тут розташовано багато найбільших і найпопулярніших у світі фінансових установ. Це важливий центр управління капіталом і четвертий з найбільших центрів торгівлі іноземною валютою в світі (згідно трирічного центрального банківського дослідження ринку



іноземної валюти та вторинних цінних паперів, Bank for International Settlements) після Лондона, Нью-Йорка і Токіо. Сінгапурський ринок цінних паперів також значно виріс і розширився.

Сінгапур є другим серед найбільших центрів позабіржової торгівлі вторинними цінними паперами в Азії і відіграє важливу роль у сфері торгівлі товарами широкого вжитку. Крім того, це одна з перших країн Азії, де успішно пройшла організація інвестиційних фондів з нерухомості, а сінгапурський ринок промислових облігацій – один з ринків облігацій в Азії, що найбільш швидко розвиваються. Також Сінгапур вважається регіональним центром первинного та вторинного страхування. Прогресивна нормативна база Сінгапуру, його надійний макроекономічний фундамент, безпечний політичний клімат і зручний доступ до зростаючих азійських ринків – усе це постійно привертає міжнародні інвестиції [3].

Як показує досвід створення регіональних фінансових центрів, їх поява є результатом цілеспрямованості уряду країни. Можливою в умовах зростання національної самосвідомості і самооцінки є поява національного потужного ринку, який шукає і знаходить сильну мотивацію для створення регіонального фінансового центру саме в даній країні. Втім, ця внутрішня мотивація підкріплюється наявністю сильної мотивації у іноземного інвестора (іншого міжнародного фінансового центру або регіонального фінансового центру), який потребує партнера, який гарантує політичну і економічну стабільність і хороші перспективи росту. Наприклад, у випадку Сінгапура це була зацікавленість Лондона у проведенні біржових операцій у часовому поясі Південно-Східної Азії, що дозволяло працювати в цілодобовому режимі. Крім того, існувало потужне лобі китайської діаспори, зацікавленої у перекиданні інвестицій з Малайзії та Індонезії в Сінгапур через більш вигідне географічне та політичне становище цієї країни, а також гарантії більш стабільної ситуації.

Всесвітньо відомий економіст Дж. Фрідман в якості критеріїв виділення міст-лідерів, які відіграють найважливішу роль у світовій економіці і міжнародних відносинах, запропонував використовувати такі показники: чисельність населення, оплата праці, масштаби розвитку фінансової діяльності, кількість штаб-квартир транснаціональних компаній, роль у міжнародній політиці (у тому числі розміщення керівництва органів великих міжнародних організацій), високі темпи зростання сектору ділових послуг (місто як бізнес-центр) розвиненість мережі транспортних та інших інфраструктурних комунікацій.

Також до дискретних об'єктивних передумов створення міжнародних фінансових центрів у конкретній країні слід віднести:



– особливе геополітичне становище країни, що дозволяє здійснювати роль посередника в міжнародних трансакціях (біржових, банківських, логістичних, транспортних та ін.);

– високий ступінь відкритості економіки країни, наявність експортно-орієнтованого сектору, який відповідає мінімальним міжнародним вимогам стандартів банківської та біржової системи, або рівень розвитку фінансових послуг, наявність інформаційної інфраструктури, кадрів відповідної кваліфікації зі знанням англійської мови [5].

Якби якась країна не мала у своєму розпорядженні дані умови в повному обсязі, то доводилося б терміново створювати їх у прискореному режимі.

Безумовно, найважливішими умовами формування міжнародного фінансового центру є розвиток конкурентоспроможної біржової інфраструктури, а також створення дружнього для міжнародних інвесторів середовища регулювання та оподаткування.

ВИСНОВКИ

Для того, щоб перетворитись у розвинутий міжнародний фінансовий центр, здатний обслуговувати зростаючі світові потоки капіталу між собою та іншими міжнародними, регіональними та місцевими фінансовими ринками, центр повинен володіти всіма необхідними елементами підтримки як своїх національних, так і міжнародних операцій. Ці елементи включають у себе:

- стійку фінансову систему і стабільну валюту;
- інститути, що забезпечують функціонування фінансових ринків;
- гнучку систему фінансових інструментів, які забезпечили б кредиторам різноманітність варіантів щодо затрат, ризику, прибутку, термінів ліквідності та контролю;
- відповідну структуру і достатні правові гарантії, які здатні викликати довіру в міжнародних позичальників і кредиторів;
- людський капітал, що вільно володіє спеціальними фінансовими знаннями, як результат систематичного навчання і перепідготовки. Жоден міжнародний фінансовий центр не зможе контролювати значний обсяг міжнародних операцій без добре поінформованих людей, які працюють на фінансових ринках, і необхідної техніки та засобів зв'язку (у тому числі комп'ютерних), які безперервно з'єднують фінансовий центр з іншими центрами всередині країни і за кордоном для здійснення безготівкових розрахунків і готівкових платежів;
- здатність направляти іноземний капітал через активні, всеохоплюючі і мобільні ринки – комплексні ринки, як



довгострокові, так і короткострокові, які надають позичальникам та інвесторам великі можливості;

- економічну свободу: фінансовий ринок не може існувати без свободи, діяльності, споживання, накопичення та інвестування.

Для країн, спрямованих на створення міжнародного фінансового центру, розвиток у цьому напрямку дозволить стимулювати розвиток національного фінансового ринку за рахунок інтеграції в глобальну індустрію фінансових послуг, забезпечивши вирішення таких завдань:

- залучення в економіку істотних додаткових фінансових ресурсів (як зарубіжних, так і внутрішніх);
- розширення можливостей для здійснення індивідуальних заощаджень громадян;
- підвищення ефективності розміщення коштів інституційних інвесторів, у тому числі пенсійних фондів та інвестиційних фондів, а також суверенних фондів;
- поглиблення економічної інтеграції;
- підвищення ролі країни у виробленні глобальних правил регулювання фінансових ринків;
- перетворення національного фінансового сектору в галузь економіки, конкурентоспроможну в світовому масштабі, яка експортує послуги та робить істотний внесок у збільшення ВВП.

Слід підкреслити, що міжнародні фінансові центри поступово перетворюються на потужні організаційно-управлінські та інформаційно-аналітичні комплекси, які володіють значним фінансовим потенціалом, привертають інвестиційні ресурси в країну і роблять її економіку більш конкурентоспроможною, впливають на стан валюти країни перебування і збільшують дохідну частину бюджетів та держави.

Крім того, міжнародні фінансові центри беруть участь у формуванні довгострокових стратегій зміцнення і розширення світової фінансової системи; розробляють правила гри на світових фінансових ринках; створюють можливості для підприємств безпосередньо виходити на фондові ринки, а також займаються аналізом стану і перспектив світового господарства та економік різних країн.

Нестабільність глобальних ринків і ослаблення позицій долара прискорить концентрацію різних країн навколо регіональних центрів фінансової потужності. У рамках цих процесів посиляться прагнення пострадянських країн до інтеграції з тими чи іншими центрами для захисту від глобальних ризиків і стабілізації потоків капіталу. Пострадянські країни можуть спробувати сформувати на пострадянському просторі самостійний фінансовий центр. Якщо цього не відбудеться, пострадянський простір, імовірно, буде втягуватися в сфери впливу інших центрів (Євразія, країни Східної Азії, країни Перської затоки).



Країна може бути провідною в світі, якщо у неї є розвинений фінансовий ринок. Не може бути економічно і політично впливовою країна, якщо в ній низький рівень життя населення і не розвинена економіка, але ж в основі розвиненої економіки і високого рівня життя лежить розвинений фінансовий ринок.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Белих Л. П. Основы финансового рынка / Л. П. Белих. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 2009. – С. 238.
2. Красавин Л. Н. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения / Л. Н. Красавин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 576 с.
3. Интернет-сайт Международной федерации бирж [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.world-exchanges.org>.
4. Международные финансовые центры [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.reglament.net/bank/reglament>.
5. Перар Ж. Управління міжнародними грошовими потоками / Ж. Перар. – М. : Финансы і статистика, 2008. – 208 с.

Дата надходження до редакції – 04.04.2013 р.

УДК 69+712.2

*Демесие М. К.,
Заварзина Г. О.¹*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ УСТРОЙСТВА ЛАНДШАФТНО-АРХИТЕКТУРНЫХ ОБЪЕКТОВ С ЭЛЕМЕНТАМИ ОЗЕЛЕНЕНИЯ НА КРЫШАХ ЗДАНИЙ

В статье анализируются современные тенденции и способы создания архитектурно-ландшафтных объектов с элементами озеленения на крышах зданий и сооружений. Даются рекомендации по подбору растений и устройству конструкций зеленой кровли.

Ключевые слова: сад, ландшафтный объект, озеленение, конструкция кровли, субстрат.

ВСТУПЛЕНИЕ

В настоящее время устройство элементов ландшафтно-архитектурных объектов на плоских крышах зданий и сооружений приобретает популярность во всем мире. Особенно актуальным является использование свободных площадей крыш зданий и сооружений в условиях крупных городов, где стоимость незастроенной земли чрезвычайно высока. Плоские крыши могут применяться для организации летних кафе, ресторанов, деловых площадок, рекреационных зон, садов и т. п. При этом создание садов на крышах

¹ Рецензент – Борисов Ю. Б., к. искусствоведения, доцент



зданий и сооружений из-за дефицита незастроенной земли на территории крупных городов становится важным пространственно-композиционным компонентом градостроительной структуры.

Увеличение количества городского транспорта и автомобилей в современных городах и особенно мегаполисах приводит к расширению проезжей части улиц за счет вырубки деревьев и кустарников. В результате с каждым годом все меньше остается кустарниково-древесных растений. В связи с этим экологическая обстановка в городах ухудшается. В последнее время площадь зеленых насаждений в крупных городах постоянно сокращается, и сегодня на одного жителя приходится только 5 м^2 озеленения вместо предусмотренных по нормам 23 м^2 . Стесненные условия и ограниченная свободная территория в современных мегаполисах заставляет нас использовать любое доступное открытое пространство для создания ландшафтных объектов.

В связи с дефицитом городской земли и напряженной экологической обстановкой в крупных городах прекрасным дополнением может служить использование крыш зданий и сооружений для создания и организации ландшафтно-архитектурных объектов с применением зеленых насаждений, малых архитектурных форм и плоскостных элементов благоустройства.

Поэтому одним из вариантов пополнения насаждений в городах является устройство эксплуатируемых крыш зданий и сооружений с элементами озеленения и малых архитектурных форм. Благодаря современным строительным материалам и технологиям ландшафтный объект на крышах зданий и сооружений можно устроить не только на высотных зданиях, но и на частных домах и коттеджах.

Следует отметить, что устройство ландшафтно-архитектурных объектов на эксплуатируемых крышах требует больших единовременных денежных затрат, постоянной службы ухода за растениями и высокой культуры пользователей этих объектов.

Идея устройства газонов и архитектурных элементов на плоских и наклонных крышах (кровлях) высотных зданий и частных домов нашла применение в странах Западной Европы и Северной Америки с начала XX века.

Практика показывает, что создание садов на крышах зданий и сооружений не является новизной. Создание ландшафтно-архитектурных объектов на крышах городских зданий и сооружений возникло в XVII в. Впервые эту идею на практике осуществил Карл Рабитц в Берлине на крыше своего дома, что привлекло внимание жителей Берлина. Позже французский архитектор Ле Корбюзье развивал эту идею и сделал эксплуатируемые крыши программным аспектом современной архитектуры и дизайна.



С развитием экологического мышления идею озеленения крыш стали успешно воплощать в развитых странах. В некоторых странах озеленение крыш зданий включено в стандарт требований градостроительства. В городах Европы и США озеленение крыш зданий уже преобразило множество скучных серых крыш [1, 2, 3, 4].

В Украине эта идея пока не получила широкого признания в основном из-за сложности работ по гидроизоляции кровли зданий, хотя в Киеве есть примеры эксплуатируемых и частично озелененных крыш. Но о массовости кровельного озеленения говорить, к сожалению, рано [2, 3, 4].

Однако совершенствование современных строительных материалов и технологий их укладки, а также появление на мировом рынке легких питательных субстратов, заменяющих растительный грунт, позволяет ландшафтным дизайнерам создавать сады на крышах зданий достаточно быстро и качественно. Несмотря на то, что сады на крышах довольно распространены в странах Европы и Северной Америки, для Украины они все же пока являются новизной.

ПОСТАНОВКА ЗАДАНИЯ

Целью статьи является знакомство с основными способами создания ландшафтно-архитектурных объектов с элементами озеленения на крышах зданий и сооружений. Дать рекомендации по подбору растений и устройству конструкций зеленой кровли.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Сады на крышах зданий в основном предназначены для рекреации населения и улучшения экологической обстановки в городах. Они включают в себя площадки разного назначения, дорожки и элементы озеленения (деревья, кустарники, газоны, цветники и т. п.), а также малые архитектурные формы. По своей планировочной структуре они приближаются к мини-скверам.

Способы и степень озеленения крыш могут варьировать в широких пределах. Простым способом оформления является устройство террасы с зелеными уголками. Для этого достаточно расставить контейнеры или кадки с растениями. В большинстве случаев удобнее всего озеленить крыши полностью, оставив свободные площадки для мебели и дорожки.

Озеленение крыш можно производить двумя способами – экстенсивным и интенсивным.

При *экстенсивном* способе озеленение крыш проводят растениями с мочковатой (горизонтальной) корневой системой (травяной газон, цветы, мхи, почвопокровные растения, не требующие особого ухода, или просто размещают растения в контейнерах). В этом



случае ходить по такой кровле можно только по специальным дорожкам, но не по газону.

При *интенсивном способе озеленения* предполагается наличие на крыше вертикальных элементов, таких как деревья и кустарники, перголы, беседки и игровые площадки. То есть на крыше можно устроить настоящий сад с пышными клумбами, малыми архитектурными формами и парковой мебелью. Такие сады, как правило, украшают крыши коммерческих зданий, отелей и ресторанов.

При устройстве ландшафтно-архитектурных объектов на крышах зданий с элементами озеленения важным вопросом является конструкция зеленой кровли.

Существуют два вида конструкции зеленой кровли – стандартная и инверсионная.

Стандартная конструкция крыши состоит из нескольких слоёв, которые укладываются в следующем порядке (из нижнего слоя к верхнему):

- основное покрытие;
- теплоизоляция;
- гидроизоляция;
- дренажный слой;
- фильтрующий слой;
- слой почвы;
- растительный покров.

При проектировании и устройстве данной кровли нужно учитывать дополнительную нагрузку почвы и растительности. В идеальном варианте для этого покрытия используется железобетонная плита. При этом уклон кровли к воронкам для слива не должен быть меньше двух градусов, а максимальный наклон не должен превышать пять градусов.

Инверсионный вид конструкции кровли состоит из тех же слоев, что и стандартный, однако утепляющий слой располагается не под гидроизоляционным ковром, а над ним.

Для создания ландшафтно-архитектурных объектов лучше всего приспособлены именно инверсионные кровли, поскольку гидроизоляционный слой спрятан и защищен теплоизоляционным слоем и потому не подвергается механическим и температурным воздействиям.

Основные элементы конструкции зеленой кровли:

Почвенный слой

При устройстве сада на крышах зданий используют специальный растительный слой (грунтовый субстрат или вегетационный слой) – смесь на основе грунта, песка, керамзита, перлита, торфа, глины, сланца, древесной щепы и измельченной коры. Высота растительного слоя определяется относительно выбранных растений. Например, для



создания обычного газона достаточно 15 см. Клумбы, в которых высаживаются многолетние растения, требуют не меньше 20 см растительного слоя. Для кустарников, не превышающих метровой высоты, нужно не меньше 30 см растительного слоя. Что касается декоративных деревьев, то тут необходим слой субстрата не менее 60 см.

Фильтрующий слой

Фильтрационный слой представляет собой полотно из рулонного строительного материала, которое предотвращает засорение дренажной системы частицами грунта.

Для фильтрации наиболее распространенными материалами являются геотекстиль и стеклохолст. Волокна этих материалов расположены таким образом, что они практически не засоряются и эффективно работают на протяжении всего срока эксплуатации.

Корнезащитная пленка

Корнезащитную пленку лучше всего применять из нетканого полипропилена. Раньше для этих целей использовали цементно-песчаную стяжку или асфальтирование, однако они оказались неэффективными, так как корни растений ломают даже монолит.

Дренажная система

Дренажная система является одним из важнейших условий существования растительности на крышах зданий. Тут очень важно применять перфорированный дренажный слой в комплексе со специальными трубами.

В зависимости от вида растительности в качестве дренажной системы используют высокопрочные рулонные материалы на основе перфорированного полистирола и полиэтилена высокого давления с шиповидными наростами. Толщина слоя должна быть не менее 50 мм. Для отвода воды применяют гофрированные трубы с прорезями или обычные асбестовые трубы с пазами.

Теплоизоляционный слой

В качестве теплоизоляционного материала для зеленых крыш применяют пеностекло. Этот материал имеет свойство выполнять функцию теплоизоляции в условиях повышенной влажности. Кроме того, данный материал стоек к корневому давлению и не пропускает влагу. Также допускается в качестве теплоизоляционного материала использовать традиционные утеплители, такие как минеральная вата и пенополистирол.

Гидроизоляционный слой

Выбор и монтаж гидроизоляционного слоя является один из самых ответственных этапов при создании ландшафтно-архитектурных объектов с элементами озеленения на крышах зданий. В настоящее время выпускают полимерные гидроизоляционные мембраны с



противокорневой защитой на битумной и синтетической основе. Существует также вариант дополнительной защиты кровли, при котором на гидроизоляционную мембрану наносят медную или алюминиевую фольгу. Наиболее распространенными материалами для гидроизоляционного слоя считаются материалы на стеклотканевой и полистироловой основе.

При создании зеленой крыши самым важным является выбор гидроизоляционного материала и его правильная укладка. Агрессивное воздействие корневой системы растений, постоянная влажность, наличие бактерий, вызывающих загнивание, воздействие удобрений требуют стойкого строительного материала. Поэтому важным аспектом при устройстве зеленой крыши является правильный выбор материала для гидроизоляционного слоя. Материал должен иметь химическую защиту, то есть обработан антикорневыми добавками. Тогда корни растений будут располагаться параллельно гидроизоляции по всей толщине растительного грунта, не проникая внутрь.

Во избежание протечек в примыканиях крыши гидроизоляционный слой нужно поднять вдоль вертикальной поверхности.

Система водоотвода

Для обеспечения сбора и отведения потоков с кровли, образующихся от дождевых осадков и таяния снега, а также от воды, используемой для полива растений, в качестве системы отвода используют сливные воронки. Их располагают так, чтобы перепад высот между гребнем и сливной воронкой был как можно меньше.

Удаление снега

При проектировании кровли следует предусмотреть меры по регулярной очистке ее поверхности от излишков снега механическим или иным способом. Одним из способов удаления снега из крыши является подогрев как самой поверхности покрытия, так и воронок водостоков и лотков.

Обеспечение безопасности людей при эксплуатации крыши зданий:

- устройства обеспечения безопасности людей (в особенности детей) путем создания надежных парапетов и специальных ограждений высотой от 1,2 м и выше;
- устройства ветрозащиты – крыша является зоной, наиболее обдуваемой ветрами, особенно на большой высоте;
- распределение дополнительных нагрузок на существующую конструкцию крыши;
- применение прочных и надежных строительных материалов.

Предлагаемая конструкция кровли

Проанализировав практический опыт и литературные данные, мы предлагаем следующую конструкцию кровли (рис. 1):



- растительный покров;
- слой почвы;
- геодренажная полимерная мембрана между двумя слоями геотекстиля;
- экструзионный пенополистирол;
- геотекстиль;
- полиэтиленовая пленка;
- бикроэласт (2 слоя);
- грунтовка (праймер);
- асфальтобетон (или цементно-песчаная стяжка, армированная металлической сеткой);
- теплоизоляция (керамзитобетон с разуклонкой);
- пароизоляция (полиэтиленовая пленка);
- бетонное основание (плита покрытия)

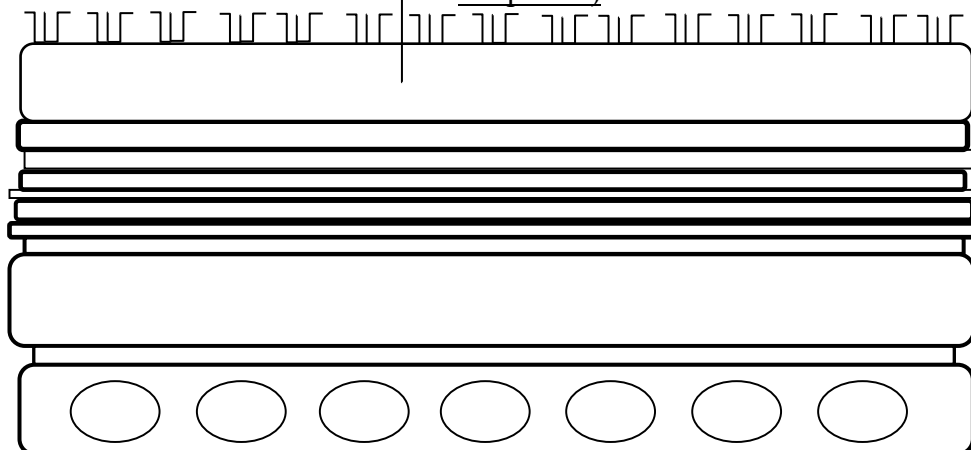


Рис. 1. Конструкция зеленой кровли

Источник: [собственная разработка]

Критерии подбора зеленых насаждений для сада на крыше

Растения, высаженные на крышах зданий, оказываются в несколько других климатических условиях, чем растения тех же видов, растущие на земле. На крыше быстрее оттаивает и прогревается растительный слой, в результате у растений раньше начинается цветение, плоды созревают быстрее.

На крыше зданий более высокая степень радиации, сильный ветер и испарение. Кроме того, зимой быстрее промерзает растительный грунт.



При выборе растений для такого сада на искусственном основании (на крыше) надо принимать во внимание все эти обстоятельства. Необходимо отдавать предпочтение неприхотливым и выносливым растениям. К таким относятся карликовые формы, древесно-кустарниковые, лианы, почвопокровные и травянистые растения.

Главные критерии при отборе растений для сада на крыше – это экологические особенности, биоценотические и декоративные критерии.

Эстетический критерий основан на декоративных качествах каждого вида растения (высота, форма кроны и ветвления, окраска коры, листьев, цветов, плодов, аромат, сочетание друг с другом, изменчивость по сезонам и возрасту, долговечность растений).

Из-за экстремальных условий уменьшается долговечность деревьев в садах на искусственном основании. Кроме того, лиственные деревья нуждаются в самой большой толщине грунта (до 100 см), а это дает дополнительную нагрузку на покрытие. Поэтому мы предлагаем использование искусственных субстратов, чтобы в то же время при ограниченном объеме питательного грунта создать условия для нормального развития корневой системы деревьев и кустарников.

При подборе деревьев учитывается характерная для него структура корневой системы, со стержневой корневой системой деревья лучше не использовать, а с мочковатой корневой системой растения приспособятся расти в ограниченной толщине грунта.

В газонной смеси используют мятлик луговой, овсяницу красную, овсяницу овечью, овсяницу седую.

Рекомендация по уходу и посадке сада на крышах зданий

Весенний месяц апрель – лучшее время для посадки. Для проведения посадки заранее заготавливают растительный грунт. Он должен быть облегченный, содержать в составе торф. Хвойные деревья нужно сажать с комом земли в марте, а лиственные деревья – шестилетними саженцами без кома. Готовят лунки размером 0,5х0,5 м. Перед посадкой корни обмакивают в жидкую вязкую консистенцию с добавлением глины и перегноя. После посадки растения обильно поливают, а приствольный круг мульчируют торфом или древесной щепой. Кустарники высаживают в возрасте 2–3 лет без кома. Растения, выращенные в контейнерах, формируют компактную корневую систему и легко переносят пересадку. Для устойчивости против ветра на крышах под растительный грунт укладывают пропиленовую сетку. Она со временем зарастает корнями, и растение устойчиво держится. Большая роль принадлежит поливу. Можно проводить поверхностный полив из шланга, а можно установить систему капиллярного увлажнения субстрата. Очень эффективна спринклерная система полива, когда полив совмещается с внесением удобрений. В течение



лета проводится регулярная прополка с рыхлением, а также проводят обрезку и прореживание растений. На зиму растения на крышах утепляют. Для хвойных растений применяют специальные проволочные каркасы. Лиственные деревья в нижней части обертывают холстом, а контейнеры утепляют поролоном и полиэтиленовой пленкой. Не менее двух раз в год проводят мониторинг – контроль за изменениями в составе почвы в садах на искусственных основаниях, проверяется кислотность почвы, уровень рН. За газоном тоже необходим регулярный уход. Злаковый газон необходимо вовремя стричь. Газоны почвопокровных растений требуют меньшего ухода.

Ассортимент декоративных растений для сада на крыше

Хвойные древесные растения – отобраны современные формы, нетребовательные к влажности и плодородию почвы [5]:

1. Сосна густоцветковая Алиса Веркад (*Pinus densiflora Alice Vercade*) – низкая широкая крона создает шар диаметром 0,6 м со светло-зеленой хвоей.

2. Сосна горная (*Pinus mugo Humpu*) – крона 0,3–0,5 м, темно-зеленая, для альпинариев. Сосна Поль Малетер (*Pal Maleter*) – растение высотой 1,2 м, рекомендуется для одиночных и групповых посадок, для небольших садилов.

3. Можжевельник китайский (*Juniperus chinensis Blue Alps*) – хвоя серебристо-голубая, для одиночных посадок, садовых композиций, контейнерного озеленения. *Plumosa Aureovariegata* – не более 1 м в высоту и такого же диаметра, цвет зеленый с желтыми фрагментами. Рекомендуется для альпинариев, японских садов. *Robusta Green* – высота до 1,5 м, голубовато-зеленого цвета, для небольших садов, альпинариев.

Лиственные кустарники:

1. Барбарис самшитолистный Нана (*Berberis buxifolia Nana*) – низкий густой колючий куст шаровидной формы высотой около 0,5 м, темно-зеленые листья мягкой зимой не опадают, цветки желтые, выдерживает летнюю засуху, плоды красные продолговатые, очень декоративны.

2. Барбарис Тунберга Восхищение (*Berberis thunbergii Admiration*) – по форме такой же, листья темно-оранжевые с желтым ободком, почва от кислой до умеренно щелочной, используется в качестве бордюров, на альпийских горках.

3. Дейция изящная (*Deutzia gracilis*) – густой карликовый кустарник высотой 0,6–0,8 м, цветки белые красивой формы.

4. Бересклет Форчуна Канада Голд – (*Euonymus fortunei Canade Gold*) – ажурный кустарник высотой 0,8 м, листья округлые желто-окаймленные, блестящие, почвопокровник. Эмеральд энд Голд



(Emerand'n Gold) – вечнозеленый кустарник со стелющимися побегами, 0,4 м высотой и 0,8 м шириной, листья темно-зеленые с доминирующей желтой каймой, рекомендуется для контейнеров. Бересклет Санспот (Suspot) – образует ковры 0,2–0,3 м высотой, листья вечнозеленые с золотой полосой вдоль средней жилки, идеальное почвопокровное растение.

5. Лапчатка кустарниковая (*Potentilla fruticosa*) – кустарник высотой не более 1,5 м со стелющимися ветвями, листья сложные мелкие, темно-зеленые, цветки рыже-оранжевые.
6. Спирея японская Альбифлора (*Spiraea japonica Albiflora*) – низкий кустарник с поднятыми ветвями, высотой 0,5–0,8 м, цветы белые в плоских зонтиках. Golden Princess – шаровидный кустарник высотой 0,5 м, цветки розовые в плоских соцветиях.
7. Снежноягодник Доренбоза Вайт Хедж (*Symphoricarpos cleorenbosii White Hedge*) – пряморастущий кустарник до 1,5 м высотой, цветы небольшие розово-белые, плоды белые, круглые, долго сохраняются на кусте.

Лианы:

1. Партеноциссус пятилисточковый (*Parthenocissus quinquefolia var. rugosum*) – сильная, неприхотливая лиана, цепляющаяся за стены усами и присосками, достигает 20 м, листья осенью пурпурные, абсолютно морозостойкое растение, сажают возле любых опор.

Многолетние цветочные растения:

1. Алиссум горный, или бурачок (*Alyssum montanum*) – миниатюрный вид, образует характерные низкие кусты с многочисленными розетками из серых листьев, желтые соцветия, высота до 20 см.
2. Армерия приморская Альба (*Armeria maritima Alba*) – сорт с белыми цветами, устойчив зимой, темно-зеленая листва до весны.
3. Обриета гибридная (*Abrieta hybrida*) – вечнозеленый многолетник подушковидной формы, высотой 5–10 см, листья серо-зеленые, цветы пурпурно-фиолетовые.
4. Гвоздика травянка (*Duanthus deltoids*) – плотные подушки высотой 15–20 см, карминно-красные цветки.
5. Герань красная (*Geranium sanguineum*) – вырастает до 25 см, постоянный лиственный покров, цветы карминно-красные.
6. Очиток Эверса (*Sedum ewersii*) – стелющиеся красно-коричневые побеги густо покрыты округлыми, голубоватыми листьями, с узким красно-коричневым краем, высотой 15–20 см, цветы мелкие розовые в густых соцветиях.

На основании вышеизложенного предлагается вариант оформления проекта сада на крыше размером 12x24 м (рис. 2). Сад ограничен по периметру металлической решеткой высотой 1,2 м. В проекте предусмотрены функциональные зоны, а также



применяются современные малые архитектурные формы и декоративные растения.

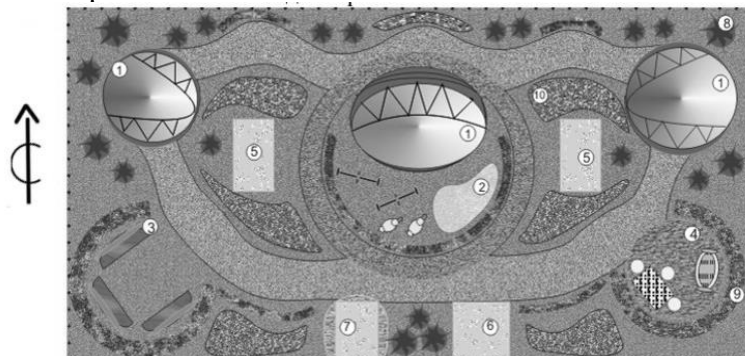


Рис. 2. Сад на крыше

Источник: [собственная разработка]

ВЫВОДЫ

1. Ландшафтно-архитектурный элемент на крышах зданий объединяет в себе два полезных качества. Во-первых, это великолепное украшение кровли. Во-вторых, удивительное рекреационное место для комфортного отдыха на природе, ради которого не приходится покидать свой дом. Кроме того, зеленые насаждения позволяют значительно снизить нагрев крыши и чердачного помещения летом и сохранить больше тепла зимой.
2. Толщина растительного грунта и растения создают дополнительное давление на несущую конструкцию, поэтому кровлю с интенсивным озеленением лучше всего предусмотреть еще на стадии проектирования. В этом случае можно заранее произвести все расчеты по нагрузке и создать необходимые условия для роста растений (дренаж, посадочные места, полив, гидроизоляция).
3. Оптимальной для озеленения считается крыша с уклоном до 12 градусов, так как с увеличением уклона увеличиваются затраты на безопасное устройство конструкции.
4. Создание садов на крышах зданий из-за дефицита озелененных территорий становится важным пространственно-композиционным компонентом в градостроительной структуре и имеет перспективу дальнейшего развития.
5. При выборе растений необходимо отдавать предпочтение неприхотливым и выносливым растениям с мочковатой корневой системой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Теодоронский В. С. Строительство и эксплуатация объектов ландшафтной архитектуры : учебник / В. С. Теодоронский Е. Д. Сабо, В. А. Фролова; под ред. В. С. Теодоронского. – М. : Академия, 2007. – 352 с.
2. Сычева А. В. Ландшафтная архитектура : учебное пособие / А. В. Сычева. – Мн. : Оникс 21 век, 2004. – 88 с. : ил.
3. Инженерная подготовка и благоустройство городских



территорий / [В. В. Владимиров, Г. Н. Давидянц, О. С. Расторгуев, В. Л. Шафран]. – М. : Архитектура, 2004. – 237 с. 4. Титова Н. П. Сады на крышах / Н. П. Титова. – М. : Олма-Пресс Гранд, 2002. – 112 с. 5. Каталог растений: деревья, кустарники, многолетники, рекомендованные Союзом польских питомников. – Варшава, 2005. – 162 с.

Дата надходження до редакції – 19.04.2013 р.

УДК 339.138

Башинська І. О.¹

РОЗВИТОК ТЕОРІЇ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХ ФОРМУВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто розвиток теорії інтегрованих маркетингових комунікацій, висвітлено причини появи ІМК, принципи їх формування та особливості для українських підприємств, виділено чотири основні зміни, що викликали ІМК.

***Ключові слова:** інтегровані маркетингові комунікації, принципи формування ІМК, особливості формування ІМК в Україні.*

ВСТУП

Аналізуючи динаміку розвитку маркетингових комунікацій, можна зробити висновок про те, що за період розвитку сучасного маркетингу розуміння комунікацій, їх форми, інструментарій і механізм дії зазнали істотних змін. Це пов'язано не лише зі змінами смаків, традицій, пристрастей і фінансових можливостей покупців і можливостей виробників за останні півтора століття, але і з кардинальною зміною соціуму, та і світу в цілому. Особливо швидко вони змінюються в останні десятиліття. Передусім це відноситься до появи комп'ютерів, Інтернету, мобільних телефонів, кишенькових комп'ютерів та інших технічних засобів, які змінили уявлення про інтелектуальні, інноваційні, інформаційні, техніко-технологічні й інші можливості людського співтовариства у сучасному світі.

Зміна концепції маркетингу, поворот вектору його розвитку у бік споживача, перехід від маркетингу збуту до маркетингу стосунків привели до зміни концепції маркетингових комунікацій. З простого комплексу окремих інструментів вони перетворилися на складну систему, що робить вплив на увесь спектр стосунків між підприємством і споживачами. Управління цим єдиним комунікаційним процесом і його координація вимагають інтеграції маркетингових комунікацій, метою яких є формування лояльності

¹ Рецензент – Філіппова С. В., д. е. н., професор



споживачів, на відміну від комплексу маркетингових комунікацій, де метою є збут продукції. Маркетингові взаємодії, які відбивають сутнісні сторони ринкової парадигми сучасної економіки, обумовлюють рух маркетингових комунікацій у напрямі їх інтеграції. Цю тенденцію відображує формування інтегрованих комунікацій.

Розвиток маркетингових комунікацій відбувався і відбувається не від теоретичних висновків до практичного їх упровадження, а саме на базі аналізу емпіричних знань, експериментальної інформації й екстраполяції отриманих результатів у різні сфери господарської діяльності. Про сучасну їх значущість та актуальність (у т. ч. на різних етапах розвитку економіки) свідчать статистичні дані щодо збільшення обсягів фінансових та інших ресурсів, залучених у цю сферу на світовому, національних, регіональних рівнях. Відносна частка комунікаційних витрат у загальних витратах окремих суб'єктів господарювання також зростає. Вивченню маркетингових комунікацій було присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних авторів, серед яких Ф. Котлер, К. Келлер [1], П. Сміт, К. Беррі, А. Пулфорд [2], Д. Шульц, С. Танненбаум, Р. Лауретборн [3], Дж. Россітер, Л. Персі [4], А. Войчак, С. Гаркавенко, А. Кутлалієв [5], А. Попов [6], В. Крилов [7], М. Шерешева [9]. Разом з тим слід зауважити, що досі залишаються дискусійними питання причин появи інтегрованих маркетингових комунікацій та не вирішені питання етапів формування ІМК для українських підприємств.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження: проаналізувати розвиток теорії інтегрованих маркетингових комунікацій та виокремити особливості їх формування на підприємствах України.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Поява концепції інтегрованих маркетингових комунікацій (далі – ІМК) у другій половині ХХ ст. пов'язана з трансформацією філософії маркетингу і вимогою розробки комплексної комунікаційної політики. Існують декілька позицій відносно первинних чинників їх виникнення. Ф. Котлер і К. Келлер вказують на проблему якісного і кількісного розширення ринкової пропозиції в економіці, у зв'язку з чим розсіюється увага споживачів і, відповідно, підприємства мають цілеспрямовано і творчо задіяти множину форм комунікації [1].

Ряд послідовників концепції інтегрованих маркетингових комунікацій розглядає їх розвиток як етап або складову процесу брендінгу, що веде свою методологічну історію і господарську практику з 50-х рр. ХХ ст. Так, П. Сміт, К. Беррі, А. Пулфорд [2] підкреслюють взаємозв'язок побудови ІМК і інтегрованого брендінгу,



вважаючи, що ІМК фокусуються на розробці маркетингового набору комунікацій залежно від роду діяльності споживача, відносно певного бренду і його маркетингової активності.

Д. Шульц, С. Танненбаум і Р. Лаутерборн [3] визначають мету більшості маркетингових комунікацій як переміщення бренду, який просувається практикуючим маркетологом з підпорядкованого рівню на базовий в ієрархічній структурі представлення споживача. Дж. Россітер і Л. Персі [4] пропонують під ІМК розуміти:

- 1) поєднання відповідних типів реклами і стимулювання;
- 2) відповідність загальному набору цілей комунікації для цього бренду, особливе «макропозиціонування» бренду;
- 3) інтеграцію методів і засобів рекламних комунікацій і стимулювання збуту з урахуванням часу і інтересів покупців.

А. Кутлалієв і А. Попов [5; 6] вважають, що теорія і практика ІМК стали наслідком зниження ефективності телевізійної реклами на західних ринках в середині минулого століття внаслідок появи цілого покоління споживачів, для яких телебачення ввійшло у звичку, а рівень довіри до його інформації, у тому числі рекламної, знизився. До того ж недолік креативних ідей для стандартизованих товарів, маніпуляції і обман споживчих очікувань сприяли падінню ефективності ТБ-реклами в другій половині ХХ ст.

Спроби оптимізувати процес просування товарів привів до ідеї інтегрувати різні комунікації: у 1990-ті рр. з'явилися праці щодо концепції та теоретичного осмислення ролі ІМК у створенні брендів (рис. 1).

Сучасні практики вимірюють успіх не лише в таких розпливчатих термінах, як обізнаність (awareness) або перевага (favorability), але і в доходах на інвестиції в маркетингові комунікації (marketing communications).

Поява в 90-х рр. ХХ ст. інтегрованих маркетингових комунікацій була зумовлена рядом причин.

По-перше, традиційні рішення втрачають ефективність внаслідок зростання кількості рекламних повідомлень та необхідності шукати нові засоби комунікації або ефективніше використати вже існуючі.

По-друге, розширюється спектр маркетингових комунікацій і з'являються нові канали інформації, які необхідно застосовувати, що в колишній системі комунікацій виявилось неможливим.

По-третє, звужується аудиторія внаслідок збільшення кількості виробників, що призводить до вимушеного позиціонування підприємств і марок як спеціалізованих на конкретнішу аудиторію. Старий підхід до маркетингових комунікацій не враховував аудиторію, на яку потрібна дія.



Рис. 1. Розвиток теорії інтегрованих маркетингових комунікацій
Джерело: на підставі [7]

По-четверте, змінюються мотиви споживання, оскільки для покупця на перше місце при виборі виходить не пряме призначення товару або послуги, а блага, які вони можуть дати споживачеві. Піраміда А. Маслоу [8] починає перебудовуватися і змінювати основу. Крім того, для споживача вже не так важлива якість товару, оскільки вона майже однакова у всіх марок. Йому важливо, щоб його вибір оцінили інші споживачі, чия думка для нього вагома. Це вимагає підбору тих комунікацій, які підкреслюють ідею марки, доносять її до споживача, діють цілеспрямовано.



По-п'яте, потрібне досягнення лояльності споживачів. Завоювання нового клієнта обходиться підприємству у 6–10 разів дорожче, ніж утримання постійного. Оцінки свідчать про те, що основний прибуток приносять 25 % лояльних споживачів. Це актуалізує завдання не лише залучення, але і утримання клієнтів, чому сприяють інтегровані маркетингові комунікації.

По-шосте, глобалізація ринків призвела до зростання числа міжнародних комунікацій. Підприємства, що ведуть бізнес в різних країнах світу, вимушені враховувати національні відмінності в сприйнятті комунікацій, забезпечувати їх інтегрованість.

П. Смітом і його колегами [2] були сформульовані принципи інтегрованих маркетингових комунікацій. На їх думку, інтегровані маркетингові комунікації мають:

- розпочинатися із сприйняття споживачем і системної діяльності підприємства;
- інтегрувати стратегію бізнесу в цілому з потребами і видами діяльності конкретного споживача;
- координувати комунікації бізнесу у рамках набору їх інструментів;
- забезпечувати встановлення контактів і діалогу із споживачем;
- створюватися для кожної марки, підприємства або бренду окремо.

Ці принципи враховуються сучасними підприємствами при плануванні системи інтегрованих маркетингових комунікацій.

Можна відмітити такі етапи формування ІМК з точки зору послідовності їх організації і контролю:

1. Дослідження ринку, споживачів та конкурентів, що реалізуються через аналіз, визначення проблем і передумов. Саме вони допомагають будувати комплекс маркетингових комунікацій у взаємозв'язку з цілями, стратегіями, а також уявленнями і очікуваннями цільової аудиторії. Дослідження повинні включати вивчення потенційних ринків, цільових аудиторій, ресурсів підприємства та ін.

2. Визначення мети і єдиної стратегії просування в повній взаємодії з основними цілями маркетингу марки або бренду. Основними цілями і блоками комунікації є інформування, інтерес, лояльність, спонукання до дії.

3. Вибір цільової аудиторії. Правильне визначення цільової аудиторії та її характеристик дає можливість вибору найбільш ефективних комунікацій.

4. Вибір інструментів комунікації. Саме на даному етапі визначається, які комунікаційні інструменти задіяти і яким чином їх розвивати.

5. Вибір стратегії маркетингових звернень. Визначається єдине послання, що направляється на цільову аудиторію. З його урахуванням формуються повідомлення для кожного каналу комунікації, що адаптуються під особливості цього каналу.



6. Визначення бюджету та коригування прописаної стратегії.

7. Оцінка ефективності ІМК. Оцінюючи ефективність комунікацій, треба визначитися, що слід вимірювати. Наприклад, просування для побудови обсягу продажів продукує вимірні результати у формі короткострокового повернення на вкладення. Програми побудови бренду і поліпшення сприйняття споживачами продукту, марки або підприємства орієнтовані на тривалий період. Тому їх оцінка в короткостроковій перспективі проблематична і потрібні методики, які забезпечують чітке визначення позитивного результату, що підтверджує їх ефективність.

Дотримання вказаного алгоритму планування для досягнення очікуваного ефекту припускає ухвалення раціональних управлінських рішень, що є найважливішим чинником реалізації вимог і імперативів ІМК.

В Україні процес входження основних принципів, чинників і умов формування інтегрованих маркетингових комунікацій в комплекс маркетингу підприємства має ряд особливостей, які проявляються в наступних тенденціях становлення інтегрованих маркетингових комунікацій в українських бізнес-структурах:

– *по-перше*, ІМК припускають реалізацію вертикального і горизонтального напрямку – узгодженість, інформованість і взаємодію на усіх рівнях і за всіма напрямками, що на українських підприємствах забезпечується далеко не повністю. Саме це обумовлює слабкість управління і маркетингу, уповільнення технічного прогресу та актуалізує проблеми підвищення узгодженості дій підрозділів усередині підприємства і чіткішої взаємодії їх з покупцями, постачальниками, іншими партнерами, найбільш ефективного поєднання різних засобів комунікації для досягнення поставлених цілей;

– *по-друге*, ІМК припускають створення єдиного образу для візуального образу бренду з використанням логотипу, певного типу шрифтів, кольору. Багато українських підприємств ще дуже далекі від цього;

– *по-третє*, розвиток ІМК припускає прозорість і легітимність діяльності підприємства на ринку. Проте, як справедливо підкреслює М. Ю. Шерешева [9], емпіричне вивчення мережевої взаємодії підприємств показало, що існує специфіка, обумовлена становленням інституціональної структури вітчизняної економіки. А розповсюджені неформальні інтегровані бізнес-групи мають певну (а часто і домінуючу) частку пропонованих на ринку товарів і послуг, що реалізуються поза законними правилами і вимогами. Це викликано умовами оподаткування, що не влаштовують підприємства, корупцією та іншими причинами. За таких обставин підприємствам доводиться будувати ІМК за власними моделями і принципами;



– *по-четверте*, інтегровані маркетингові комунікації є найбільш ефективними у поєднанні з іншими інноваціями в маркетингу. Проте в Україні такі інновації реалізуються із запізненням в 15–20 років, особливо малими підприємствами, а також бізнес-структурами, що діють в сільській місцевості або в невеликих містах. Це обумовлює локальний характер ІМК, їх недостатню адаптацію до специфічних умов діяльності підприємств і особливостей розселення населення. Але при цьому в останні 3–5 років відзначаються процеси наростання інтеграції комунікацій в маркетингу в різних регіонах;

– *по-п'яте*, для системного поширення і використання ІМК потрібне поширення комп'ютерних технологій, диверсифікованого програмного забезпечення, інформаційної взаємодії бізнес-структур в єдиному медіапросторі. Проте, за оцінками практиків, таким вимогам відповідають не більше половини працюючих підприємств. Це ставить завдання формування відповідного інформаційного середовища в число пріоритетних;

– *по-шосте*, перехід до інтегрованих маркетингових комунікацій вимагає як високого професіоналізму персоналу, який їх реалізовує, так і підготовленості аудиторії, яка їх сприймає.

Дієвість окремих елементів маркетингових комунікацій (реклама, стимулювання, персональний продаж, робота з громадськістю, прямий маркетинг тощо) має розглядатися із погляду їхньої доцільності та ефективності. Цілі, пов'язані з реалізацією товарів, добре підходять для стимулювання продажу та особистого продажу на вулиці, але такі цілі щодо рекламування та паблік релейшнз не є вдалимими. Для цих напрямів комунікацій більше підходять такі цілі, як надання інформації про товар, його властивості, зміну ставлення та пріоритетності даного товару. Отже, треба оцінити інструменти маркетингових комунікацій з точки зору їхньої здатності забезпечувати необхідний ефект синергії.

Отже, можна виділити чотири основні зміни, що викликали ІМК:

1. Основну роль в плануванні комплексної маркетингової кампанії і розподілі бюджету між каналами ІМК починає грати рекламодавець, а не рекламне агентство, а до менеджерів рекламного агентства ставляться підвищені вимоги з чіткої координації усіх каналів ІМК.
2. ІМК переглядає традиційні підходи до виведення на ринок нового товару (вихід на ринок нової марки може початися, наприклад, із стимулювання збуту, PR-кампанії або ексклюзивного поширення нового товару).
3. ІМК змінює підходи до позиціонування бренду: на основі макропозиціонування розробляються окремі концепції мікропозиціонування, послідовно використовувані для кожного сегменту цільової аудиторії.



4. У світові мережі рекламних агентств входять підрозділи, що спеціалізуються на PR, стимулюванні збуту, директ-маркетингу, веб-дизайні, електронній торгівлі в мережі Інтернет та ін.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз показав, що теорія інтегрованих маркетингових комунікацій з'явилась досить нещодавно, але стрімкими темпами витіснила класичні рекламні кампанії та системи маркетингових комунікацій. Значущість досліджень у сфері інтегрованих маркетингових комунікацій визначається їх зростаючою «убудованістю» в систему сучасного маркетингу, важливого для ухвалення ефективних управлінських рішень; реальним переходом від одиничних комунікацій до інтегрованих маркетингових комунікацій в ринкових мережах з використанням сучасних інформаційних технологій, що реалізуються через Інтернет та інші нові медіазасоби. Для українських підприємств затребуваність інтегрованих маркетингових комунікацій визначається сучасною прискореною модернізацією усієї системи економіки, дією на неї процесів глобалізації, що вимагає переходу від традиційних способів сприйняття, мислення і дій до неординарних управлінських рішень, адекватних мережових взаємодій, що усе більш ускладнюються, і інформаційних систем, що нестримно змінюються, і технологій.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2009. – 816 с. : ил. – (Классический зарубежный учебник).
2. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга : учеб. пособие / Смит П., Бэрри К., Пулфорд А.; пер. с англ. под ред. проф. Л. Ф. Никулина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 415 с.
3. Шульц Д. Е. Новая парадигма маркетинга: интегрированные маркетинговые коммуникации / Шульц Д. Е., Танненбаум С. И., Лауретборн Р. Ф. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 233 с.
4. Росситер Дж. Реклама и продвижение товаров. (Пер. с англ.) / Дж. Росситер, Л. Перси. – СПб. : Питер, 2000. – 651 с.
5. Кутлалиев А. Эффективность рекламы / А. Кутлалиев, А. Попов. – 2-е изд. – М. : Эксмо, 2006. – С. 28.
6. Попов А. Интегрированные маркетинговые коммуникации: теория и практика / А. Попов // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2001. – № 5 (35). – С. 34–35.
7. Крылов В. И. Директ-маркетинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс] : слайды / В. И. Крылов // Международная конференция по ДМ. – Москва, Международный почтамт, 29-30 мая 2002. – 19 с.
8. Maslow A. H. Motivation and Personality / A. H. Maslow. – New York : Harper & Row, 1954.
9. Шерешева М. Ю. Межорганизационные информационные системы в сетевом межфирменном взаимодействии / М. Ю. Шерешева // Рос. журн. менеджмента. – 2006. – № 1. – Т. 4. – С. 71.

Дата надходження до редакції – 15.03.2013 р.



ЕКОНОМІКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

УДК 330.322.5:502

Малюк О. С.,
Кирилюк В. С.¹

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЯ ПРОЕКТІВ З УРАХУВАННЯМ ЕКОЛОГІЧНОГО ЧИННИКА

Розвинуто методичний інструментарій формування екологозбалансованого портфеля проектів, особливість якого полягає у забезпеченні узгодженості економічних і екологічних результатів інвестування. Розроблено ряд динамічних моделей, що дозволяють відбирати інвестиційні проекти до екологозбалансованого портфелю та встановлювати оптимальну послідовність їх впровадження.

Ключові слова: інвестиційний проект, екологозбалансований портфель проектів, еколого-економічний результат інвестування, динамічна модель, еколого-економічна оцінка.

ВСТУП

Сучасний етап розвитку промислових підприємств характеризується дедалі більш ваговим негативним впливом на навколишнє середовище. Однією з причин такого становища є наявність застарілих, екологічно недосконалих технологій, які використовуються більшістю підприємств.

Екологічні орієнтири розвитку є необхідною умовою подальшого зростання підприємств-виробників, оскільки навколишнє природне середовище характеризується як таке, що вичерпало свої асиміляційні здібності та на стратегічну перспективу потребує все більшої уваги.

Удосконалення технологічного процесу потребує від промислових підприємств пошуку джерел фінансування, в тому числі серед стратегічних і портфельних інвесторів, що в сучасних умовах неможливо без еколого-спрямованих стратегічних орієнтирів розвитку. Зростання жорсткості природоохоронного законодавства також вимагає дотримання певних екологічних стандартів. Все це зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

¹ Рецензент – Довбня С. Б., д. е. н., професор



Проведений аналіз літературних джерел щодо формування інвестиційних портфелів проектів з урахуванням екологічного чинника дозволив виділити роботи Бланка І. А. [1], Буркинського Б. В. [2], Гончакова А. А. [3], Гринин А. С. [4], Дружиніна П. В. [5] та інших авторів [6–8]. У роботах Бланка І. А. [1] та Шеремета В. В. при формуванні інвестиційного портфеля проектів увага концентрується на економічних аспектах діяльності підприємства. Питанням екологічної рівноваги приділяється незначна увага, що у більшості випадків зводиться до забезпечення дотримання вимог природоохоронного законодавства. У роботах Буркинського Б. В. [2] та Дружиніна П. В. [5] основна увага концентрується на екологічних аспектах роботи підприємства, що ставить під сумнів забезпечення економічної ефективності його діяльності.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Враховуючи вищевикладене, метою даного дослідження є розробка методичного інструментарію формування еколого-збалансованого інвестиційного портфеля проектів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під екологозбалансованим інвестиційним портфелем проектів ми розуміємо такий, що забезпечує оптимізацію цільового параметру інвестування та узгодженість очікуваних економічних і екологічних результатів за умови дотримання висунутих цільових орієнтирів та обмежень. Загальний алгоритм формування екологозбалансованого інвестиційного портфеля проектів передбачає наступне:

1. Ідентифікація інвестиційних проектів та визначення таких, впровадження яких є економічно та екологічно ефективним; формування макету екологозбалансованого портфеля проектів [9].
2. Визначення головного критерію відбору проектів до екологозбалансованого портфелю.
3. Формування системи обмежень та визначення пріоритетів відбору проектів до портфелю.
4. Перевірка інвестиційних проектів на відповідність системі обмежень та критеріїв.
5. Формування екологозбалансованого портфелю проектів.
6. Оцінка та моніторинг реалізації сформованого еколого-збалансованого інвестиційного портфеля.

Процес відбору інвестиційних проектів до екологозбалансованого портфеля проектів передбачає визначення оптимальної комбінації інвестиційних проектів для впровадження із загальної кількості проектів, які пройшли всі попередні стадії відбору та відповідають усім вимогам та обмеженням, висунутим керівництвом підприємства [9].



Визначення методів, за допомогою яких здійснюється відбір інвестиційних проектів до екологозбалансованого портфеля, відбувається з урахуванням виду очікуваного результату інвестування (економічний, позаекономічний (екологічний) та комплексний (еколого-економічний)) та основних завдань (максимізація очікуваного результату при обмеженні обсягу інвестиційного ресурсу; мінімізація обсягу залученого інвестиційного ресурсу при забезпеченні досягнення встановленого рівня очікуваного ефекту).

Для вирішення даного кола завдань, в залежності від конкретної ситуації, використовують методи лінійного, динамічного та інших видів моделювання і широкий інструментарій оптимізації вхідних та вихідних параметрів інвестиційних проектів. Це детально викладено у наукових працях, присвячених моделюванню та оптимізації економічних процесів [1–8].

На нашу думку, при формуванні екологозбалансованого інвестиційного портфеля проектів доцільно використовувати методи динамічного програмування. Розглянемо варіант застосування моделі динамічного програмування при формуванні екологозбалансованого портфеля проектів за умови очікуваного позаекономічного (екологічного) результату інвестування. Обрання саме цього варіанту обумовлено недостатньою розробленістю питань інвестування, що передбачають отримання позаекономічного (екологічного) результату за умови забезпечення його економічної доцільності.

Припустимо, що основним завданням формування портфеля проектів є максимізація величини очікуваного екологічного ефекту за умови обмеження обсягу інвестиційного ресурсу. В якості основного показника, який відображає величину очікуваного екологічного результату, приймаємо показник зміни загального обсягу забруднення за окремим напрямком. У випадку екологічної спрямованості інвестування відбір інвестиційних проектів до екологозбалансованого портфеля відбувається серед тих проектів, які апіорі націлені на зменшення загального обсягу забруднення. В даній ситуації, зважаючи на це, вважається, що усі проекти, що пройшли попередні стадії відбору, передбачають зменшення загального обсягу забруднення. Тобто виконується головна умова $\Delta M < 0$ (відбувається відвернення (попередження) утворення певного обсягу забруднення). Отже, з метою уникнення використання у динамічній моделі показників, які мають від'ємні значення, в якості основного показника, що відображає екологічний результат впровадження інвестиційного проекту, приймаємо показник відверненого обсягу забруднення, значення якого приймаємо рівним модулю величини показника зміни обсягу забруднення (ΔM), що відповідає математичному запису:

$$EM = |\Delta M| \quad (1),$$



де BM – відвернений обсяг забруднення;

ΔM – зміна обсягу забруднення, що відбувається внаслідок впровадження інвестиційного проекту.

Припустимо, що в ході попереднього розгляду та еколого-економічної оцінки доцільності впровадження окремих інвестиційних проектів було виявлено n інвестиційних проектів, які відповідають основним екологічним та економічним вимогам керівництва підприємства (інвестора). Кожен з інвестиційних проектів характеризується даними щодо величини інвестиційного ресурсу, необхідного для впровадження інвестиційного проекту (I) та величини відверненого обсягу забруднення (BM). Зазначені показники формують масив даних, на основі якого будується динамічна модель для відбору інвестиційних проектів до екологізбалансованого портфеля проектів з метою максимізації відверненого обсягу забруднення за умови обмеження обсягу інвестиційного ресурсу.

Загальну (сумарну) величину відверненого обсягу забруднення усіх відібраних інвестиційних проектів позначимо SBM , а кожного інвестиційного проекту окремо BM . Припустимо, що для фінансування екологізбалансованого портфеля проектів передбачається використати деякий обсяг інвестиційного ресурсу SI_0 , який потрібно розподілити між n інвестиційними проектами з метою отримання максимального значення відверненого обсягу забруднення. Позначимо через $BM_i(I_i)$ величину відверненого обсягу забруднення i -го інвестиційного проекту при виділенні йому I_i ($i=1,2,\dots,n$) одиниць інвестиційного ресурсу. Передбачається, що розмір відверненого обсягу забруднення окремого інвестиційного проекту залежить від обсягу інвестиційного ресурсу, відведеного на його впровадження, та відповідних характеристик зазначеного інвестиційного проекту.

При розрахунках, посилаючись на [1–5], прийняті наступні припущення:

1. Величина відверненого обсягу забруднення усіх інвестиційних проектів за окремим напрямком забруднення має ті самі одиниці виміру (наприклад, приведені тони).

2. Величина відверненого обсягу забруднення окремого інвестиційного проекту не залежить від обсягу інвестиційного ресурсу, відведеного на впровадження інших інвестиційних проектів.

3. Загальна величина відверненого обсягу забруднення усіх відібраних до екологізбалансованого портфеля проектів інвестиційних проектів дорівнює сумі величин відверненого обсягу забруднення даних інвестиційних проектів.

4. Обсяг відведеного інвестиційного ресурсу для впровадження окремого інвестиційного проекту вимірюється в тих самих одиницях (гривні, долари тощо) та може складати величину, яка відповідає значенню від нуля до SI_0 .



Отже, необхідно обмежену величину інвестиційного ресурсу так розподілити між n інвестиційними проектами, щоб отримати максимальне загальне значення відверненого обсягу забруднення при впровадженні відібраних до екологізбалансованого портфеля інвестиційних проектів.

Формування динамічної моделі відбувається наступним чином:

1. З урахуванням того, що загальний (сумарний) відвернутий обсяг забруднення залежить від кількості інвестиційних проектів та відведеного на їх впровадження обсягу інвестиційного ресурсу, формуємо цільову функцію:

$$SBM_n(I_1, I_2, \dots, I_n) = \sum_{i=1}^n BM_i(I_i) \rightarrow \max \quad (2).$$

2. Завдання оптимального розподілу інвестиційного ресурсу з'являється внаслідок обмеженості його обсягу. Обсяг інвестиційного ресурсу, відведений для впровадження окремого інвестиційного проекту, може дорівнювати нулю або мати додатне значення з урахуванням обмеження його загального обсягу.

Відбір інвестиційних проектів до екологізбалансованого портфеля проектів відбувається серед n -ї кількості окремих інвестиційних проектів. Отже, формуємо наступні основні обмеження:

$$\sum_{i=1}^n I_i = SI, \quad 0 \leq SI \leq SI_0, \quad I_i \geq 0, \quad i = \overline{1, n} \quad (3).$$

Слід зазначити, що обмеження (3) є основними, проте не єдиними. Крім основних обмежень, в залежності від встановлених завдань та умов інвестування, встановлюють ряд додаткових обмежень та критеріїв, що характеризують економічні та екологічні параметри (результати) [9].

До обмежень та критеріїв, що відображують економічні параметри інвестування, беручи до уваги умови, які висунути керівництвом підприємства та іншими зацікавленими сторонами (наприклад, кредиторами, державними установами тощо), можуть бути віднесені показники, що характеризують економічну ефективність інвестування, співвідношення власного й залученого капіталу, прибутковість та інші економічні результати.

На наш погляд, перелік основних обмежень (3) необхідно доповнити критерієм, що відображує економічну доцільність реалізації інвестиційних рішень та унеможливорює включення до інвестиційного портфеля збиткових проектів, а саме показником чистої теперішньої вартості інвестиційного проекту, величина якого має бути рівною або перевищувати нуль ($NPV \geq 0$).

До обмежень та критеріїв, які характеризують екологічні результати реалізації інвестиційних рішень, доцільно віднести



показники, що дозволять відобразити основні екологічні параметри діяльності об'єктів дослідження з метою попередження прояву негативних наслідків економічного характеру. До таких критеріїв можна віднести: показник відповідності фактичного рівня забруднення нормативно встановленому; показник відверненого обсягу забруднення; ступінь очищення викидів та скидів та інші [9].

3. В остаточному підсумку необхідно визначити такі невід'ємні значення обсягів інвестиційного ресурсу I_i (3), які при впровадженні відібраних до екологізбалансованого портфеля інвестиційних проектів дозволять максимізувати величину SBM (2) з урахуванням обмеження інвестиційного ресурсу (3) та дотримання висунутих обмежень і критеріїв економічного та екологічного характеру. Отже, функція максимізації величини SBM є залежною від значень відверненого обсягу забруднення окремих інвестиційних проектів, що входять до складу екологізбалансованого портфеля, та обсягу відведеного на їх впровадження інвестиційного ресурсу.

Якщо основні обмеження виконуються, маємо:

$$F_n(SI) = \max_{\sum_{i=1}^n I_i = SI} BSM_n(I_1, I_2 \dots I_n) \quad (4).$$

Для відбору інвестиційних проектів до екологізбалансованого портфеля з метою максимізації екологічного ефекту методом динамічного програмування необхідно сформулювати багатомірне завдання (4) для визначення загальної (сумарної) величини відверненого обсягу забруднення, що складається з 1, 2, ..., n інвестиційних проектів, представити у вигляді послідовності відповідних функціональних рівнянь з однією змінною (I_i).

Формуємо відповідну методику залежностей з однією змінною. При визначенні функції $F_1(SI_0)$ розглядається можливість впровадження одного інвестиційного проекту та отримуються дані щодо величини відвернутого обсягу викиду та необхідного обсягу інвестиційного ресурсу; при визначенні функції $F_2(SI_0)$ розглядається можливість впровадження двох інвестиційних проектів, при цьому припускається, що дані відносно впровадження першого проекту ($F_1(SI_0)$ відомі тощо).

4. При застосуванні на практиці даної методики проміжок $[0, SI_0]$ штучно розподіляємо на θ інтервалів. Період, на який формується екологізбалансований інвестиційний портфель, складає 3–5 років; отже, логічно припустити, що буде виділено відповідну кількість часових інтервалів, кожному з яких відповідатиме означений обсяг доступного у цей період інвестиційного ресурсу SI_g , де $g = \overline{1, \theta}$;

$SI_0 = \sum_{g=1}^{\theta} SI_g$. Тоді цільова функція набуває такого вигляду:



$$SBM_n(I_1, I_2 \dots I_n) = \sum_{i=1}^n \sum_{g=1}^{\theta} (I_i) \rightarrow \max \quad (5).$$

Основні обмеження та критерії доповнюються наступними:

$$g = \overline{0, \theta}, \quad \sum_{g=1}^{\theta} SI_g = SI_0 \quad (6).$$

5. Черговий етап передбачає умовну оптимізацію, тобто на кожному інтервалі визначаються стани, що дозволяють отримати проміжні максимальні значення відверненого обсягу забруднення.

6. На останньому етапі отримуємо максимізацію загальної (сумарної) величини відверненого обсягу забруднення (етап безумовної оптимізації).

Таким чином, за допомогою наведеної моделі є можливість максимально ефективно розподілити обмежені інвестиційні ресурси, виділені підприємством для реалізації різних інвестиційних проектів, що відібрані до екологізбалансованого портфеля. До того ж з метою одержання максимальної величини відверненого обсягу забруднення можливо встановити послідовність їх впровадження.

Розглянемо інший варіант застосування методів динамічного програмування. В даному випадку завдання полягає у мінімізації обсягу залученого інвестиційного ресурсу при забезпеченні досягнення встановленого керівництвом підприємства рівня очікуваного позаекономічного (екологічного) результату інвестування.

В якості показника, який відображає величину очікуваного екологічного результату, приймаємо, як і у попередньому прикладі, показник відверненого обсягу забруднення за окремим напрямком забруднення. Тоді маємо n інвестиційних проектів, кожен з яких характеризується даними щодо величини відверненого обсягу забруднення (BM) та обсягу інвестиційного ресурсу (I), необхідного для його впровадження.

Загальну (сумарну) величину інвестиційного ресурсу, необхідну для впровадження відібраних до екологізбалансованого портфеля інвестиційних проектів, позначимо SI , а кожного окремого інвестиційного проекту I . Через $I_i(BM_i)$ позначимо обсяг інвестиційного ресурсу, що необхідний для впровадження i -го інвестиційного проекту (з метою забезпечення BM_i – величини відверненого обсягу забруднення). Встановлене керівництвом значення відверненого обсягу забруднення, що необхідно забезпечити, позначимо SBM_0 .

Проміжок $[0, SBM_0]$ штучно розподіляємо на деяку кількість часових інтервалів (наприклад, θ), кожному з яких ($g = \overline{0, \theta}$) відповідає

встановлений рівень величини відверненого обсягу забруднення SBM_g , що необхідно забезпечити (не менше ніж SBM_g).



З урахуванням того, що загальна (сумарна) величина інвестиційного ресурсу залежить від загальної суми інвестиційних ресурсів, потрібних для впровадження відібраних до екологізбалансованого портфеля проектів, з метою досягнення встановленої керівництвом величини відверненого обсягу забруднення формуємо цільову функцію, яка відповідає наступному математичному запису:

$$SI_n(BM_1, BM_2 \dots BM_n) = \sum_{i=1}^n \sum_{g=0}^g I_i(BM_i) \rightarrow \min \quad (7).$$

Формуємо основні обмеження та критерії:

$$\sum_{i=1}^n BM_i = SBM, \quad SBM \geq SBM_0 \quad (8).$$

$$\sum_{g=0}^g SBM_g = SBM_0, \quad BM_i \geq 0, \quad i = \overline{1, n} \quad (9).$$

$$g = \overline{0, \theta}, \quad I_i \geq 0, \quad NPV_i \geq 0 \quad (10).$$

До основних обмежень та критеріїв, зважаючи на специфіку задач та умов інвестування, додають ряд додаткових, які призначені врахувати основні вимоги суб'єктів інвестування та забезпечити узгодженість очікуваних економічних та екологічних результатів [9].

На кожному з g інтервалів виділяють стани, що забезпечують отримання необхідного обсягу відвернутого забруднення за умови залучення мінімального обсягу інвестиційного ресурсу (етап умовної оптимізації).

На останньому етапі (етап безумовної оптимізації) отримуємо мінімальну величину інвестиційного ресурсу, необхідну для забезпечення встановленого обсягу величини відверненого забруднення.

Процес формування екологізбалансованого інвестиційного портфелю проектів завершується оцінкою та моніторингом реалізації сформованого екологізбалансованого інвестиційного портфелю проектів.

ВИСНОВКИ

Застосування запропонованих у статті динамічних моделей робить можливим здійснення відбору інвестиційних проектів до екологізбалансованого портфеля та встановлення послідовності їх впровадження з метою досягнення встановленого керівництвом підприємства рівня екологічного ефекту та залученням мінімального обсягу інвестиційного ресурсу. Слід наголосити, що використання приведених моделей динамічного програмування не обмежується колом завдань, які передбачають отримання позаекономічного



(екологічного) результату. Дані моделі можуть бути адаптовані та використані при вирішенні завдань, що передбачають отримання економічного та комплексного (еколого-економічного) результату інвестування при формуванні екологозбалансованого портфеля інвестиційних проектів.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: учеб. курс / И. А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2001. – С. 448.
2. Буркинський Б. В. Екологічно чисте виробництво / Б. В. Буркинський // Вісник Національної академії наук України. – 2006. – Вип. 5. – С. 11–17.
3. Гончаков А. А. Компьютерные экономико-математические модели / А. А. Гончаков, И. В. Орлова. – М. : Статистика, 1995. – С. 164.
4. Гринин А. С. Математическое моделирование в экологии : учебное пособие для студентов вузов / А. С. Гринин, Н. А. Орехов, В. Н. Новиков. – М. : ЮНИТИ, 2003. – С. 269.
5. Коновал О. А. Інвестиційна стратегія та її значення в розвитку підприємства / О. А. Коновал // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр.; голов. ред. О. О. Шубін. – Донецьк : ДонНУЕТ. – 2009. – Вип. 28. – Т. 2. – С. 353–359.
6. Красс М. С. Математические методы и модели для магистрантов экономики: учебное пособие / М. С. Красс, Б. П. Чупрынов. – СПб. : Питер, 2006. – С. 496.
7. Кучер В. А. Оптимальное управление инвестиционными проектами на основе планирования жизненных циклов : монография / В. А. Кучер. – Донецк : Изд-во «Вебер», 2008. – С. 301.
8. Моделирование влияния экономики на окружающую среду / Под общ. ред. П. В. Дружинина. – Петрозаводск : Карельский научный центр РАН, 2009. – С. 96.
9. Малюк О. С. Формування екологозбалансованої інвестиційної стратегії підприємства : монографія / О. С. Малюк, В. С. Кирилюк. – Суми : Університетська книга, 2013. – С. 157.

Дата надходження до редакції – 01.03.2013 р.

УДК: 331.105:658.3

Лазоренко Л. В.¹

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ БІЗНЕСУ

У статті розглянуто сутність, принципи та складові корпоративної соціальної відповідальності в окремих підприємствах України та визначено особливості побудови стратегічного управління діяльністю на соціальних засадах.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, стратегія, бізнес, сталий розвиток.

ВСТУП

Соціальна відповідальність підприємств у сучасних умовах є невід'ємною складовою їх ефективної діяльності. Соціально

¹ Рецензент – Радзієвський О. І., д. е. н., професор



відповідальні організації здійснюють вагомий внесок в розвиток суспільства, адже на власному прикладі демонструють ставлення до свого персоналу, навколишнього середовища, результатів своєї діяльності та країни в цілому. З іншого боку, висока корпоративна культура та відповідальність підприємств сприяє підвищенню їх фінансових можливостей, тому що такі організації мають досить високу репутацію як в Україні, так і за кордоном, що є причиною успішного ведення бізнесу, підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності завдяки забезпеченню належної уваги до інтересів споживачів, клієнтів, партнерів і навіть конкурентів; запровадження правил раціонального менеджменту та належного контролю.

Питаннями корпоративної відповідальності бізнесу на сьогоднішній день займається досить значна кількість як науковців, так і практиків в Україні та за її межами. Серед таких можна зазначити: О. Амосова, Д. Баюру, Р. Колишко, А. Куліша, О. Лазоренко, О. Петрос, Н. Супрун та інших. Поглиблене наукове дослідження з даної тематики пов'язане з поєднанням стратегічного управління підприємством з його корпоративною соціальною відповідальністю, а саме з вивченням можливостей формування стратегій розвитку організації, яка б ґрунтувалася на соціальній відповідальності бізнесу, що, в свою чергу, сприяло б підвищенню економічної ефективності діяльності підприємства.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є розвиток теоретичних питань і розробка практичних рекомендацій щодо формування соціальної стратегії діяльності підприємств, побудованої на засадах корпоративної відповідальності.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Більшість українських бізнес-компаній не розуміє, що таке соціальна відповідальність, а отже, не спрямовує свою діяльність в цьому напрямку. На початку слід визначити, що являє собою корпоративна соціальна відповідальність. Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність організацій за вплив її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства.

Сталий розвиток компанії – це основна її мета, яка визначає подальшу діяльність організації. Економічний ефект сталого розвитку – це прибуток, а прибуток, в свою чергу, – це певні гарантії на майбутнє. Гроші дають владу, влада збільшує доходи, а більші доходи відкривають більші можливості. «Яка справа приносить людині



найбільше задоволення? Отримання прибутку», – так говорив один із семи мудреців Греції Біант із Прієни. Чи може нерентабельна організація бути соціально відповідальною? І чи всі високоприбуткові організації є соціально відповідальними? На жаль, і на перше, і на друге запитання швидше за все отримаємо негативну відповідь. У чому ж причина?

Не маючи достатньо коштів, підприємство не може реалізувати різні соціальні програми, турбуватися про добробут своїх співробітників, суспільства і екологію. Для їх впровадження потрібні кошти. Тому соціально відповідальною може бути лише потужна, успішна, прибуткова компанія. Але що заважає успішним бізнес-структурам бути соціально відповідальними?

По-перше, відсутність розуміння корпоративної соціальної відповідальності; по-друге, небажання керівництва здійснювати подібні програми; по-третє, спрямованість корпоративної культури на економічні цілі. Зупинимося більш детально на третій причині. У світовій теорії менеджменту існує дві концепції соціальної відповідальності бізнесу [2, с. 248]:

1. Організація повинна переслідувати тільки економічні цілі, а її соціальна відповідальність зводиться лише до максимізації прибутку, тобто така бізнес-структура забезпечує роботою певних членів суспільства, її діяльність приносить дивіденди для акціонерів – іншої категорії населення. Таким чином, дана концепція полягає в тому, що, забезпечивши економічні потреби окремих громадян, можна сприяти їх соціальному розвитку. Іншими словами, компанія дає гроші людям, на які вони можуть самостійно придбати потрібні їм соціальні блага.
2. Бізнес не повинен обмежуватися лише економічними цілями, а має враховувати соціальні аспекти впливу своєї діяльності на працівників, споживачів і місцеве співтовариство.

Якщо корпоративною культурою компанії передбачено дотримуватися першої концепції соціальної відповідальності бізнесу, то це і є поясненням третьої причини невпровадження програм корпоративної соціальної відповідальності організацією.

Головне завдання бізнесу – знайти золоту середину між своїми економічними і соціальними цілями та намагатися їх поєднати і створити таку корпоративну культуру, щоб через більші економічні здобутки сприяти розвитку соціальних програм.

Розглянемо приклади реалізації корпоративної соціальної відповідальності окремими компаніями.

Компанія «Систем Кэпитал Менеджмент» (СКМ) була заснована у 2000 році, діяльність її зосереджена у шести основних галузях економіки: металургія, енергетика, фінанси, телекомунікації, засоби масової інформації, нерухомість. Окрім того, СКМ володіє і керує



активами інших секторів економіки, включаючи роздрібну торгівлю, видобуток і переробку глини, автозаправні станції, футбол.

У діапазоні із зацікавленими сторонами і з врахуванням міжнародного досвіду СКМ визначила шість сфер корпоративної соціальної відповідальності [3, с. 11–28]:

1. Корпоративне управління, завдання якого полягає в тому, щоб забезпечити ефективний контроль за діяльністю компанії з боку акціонерів. Система корпоративного управління сприяє ефективному управлінню інвестиціями компанії, зниженню ризиків, дозволяє враховувати інтереси акціонерів, менеджменту та інших зацікавлених сторін. В компанії створюються різні спостережні ради для всіх галузей холдингу.
2. Умови праці включають безпеку життя і охорону здоров'я. Компанія здійснює інвестиції в охорону праці. Також організація має власні медичні центри, де можуть лікуватися її співробітники. СКМ забезпечує гідну зарплату своїм працівникам, а також надає соціальний пакет, який постійно вдосконалюється. Компанія інвестує у навчання і підвищення кваліфікації власних співробітників.
3. Екологія. Компанія здійснює капітальні інвестиції у сучасні технології, які дозволяють економити енергію, повторно використовувати воду, знищувати відходи, тобто зберігати природні ресурси, знижуючи в той же час собівартість виробництва.
4. Взаємодія з суспільством. СКМ має свій корпоративний благодійний фонд «Розвиток України», через який компанія здійснює інвестування у суспільний розвиток.
5. Соціальне інвестування здійснюється також через фонд «Розвиток України».
6. Спонсорство і благодійність. Група СКМ спонсує освіту, культуру та спорт.

У 2002 році компанія «Воля» прийняла Корпоративний кодекс, який визначає принципи функціонування і позиціонування компанії в українському бізнесі. Відповідно до цього фундаментальними засадами діяльності компанії є професіоналізм, якість та надійність.

Ключовими напрямками корпоративної соціальної відповідальності компанії «Воля» є [4]:

- розвиток персоналу;
- впровадження стандартів якості;
- сприяння прозорим і відкритим відносинам бізнесу з органами влади, створення рівних умов ведення бізнесу, протидія корупції;
- інвестиції в інформаційний розвиток суспільства;



- проекти для соціально незахищених категорій громадян («Воля» була офіційним спонсором Національної паралімпійської збірної у червні 2008 року).

Компанія Telenor тримає контрольний пакет акцій компаній «Київстар», «Міратек», «Інфопульс» та значний пакет акцій компанії «Білайн». Telenor слідує двом основним цілям корпоративної соціальної відповідальності організації:

1. Збільшити позитивний внесок бізнесу у розвиток суспільства.
2. Створити відповідальний бізнес.

Підсумовуючи результати проведеного аналізу корпоративної соціальної відповідальності різних компаній, можна зробити висновок, що їх дії подібні, а також спільним для діяльності досліджених компаній є наявність значної суми прибутку.

Всі складові зовнішнього середовища взаємопов'язані та призводять до значних змін. Окремі компоненти середовища по-різному впливають на підприємства та мають певну специфіку. Ступінь впливу залежить, як правило, від розмірів і галузевої належності підприємства, територіального розміщення та якості управління тощо. Постійний моніторинг факторів середовища становитиме основу для прийняття своєчасних управлінських (у першу чергу стратегічних) рішень стосовно того або іншого впливу зовнішнього середовища.

У сучасних умовах діяльності стратегічне управління являє собою забезпечення реалізації цілей підприємства України в умовах динамічного, мінливого й невизначеного зовнішнього середовища. Це дозволяє раціонально використовувати існуючий потенціал і залишатися прийнятною до зовнішніх вимог. Підприємство – це відкрита система, що постійно взаємодіє з окремими елементами зовнішнього середовища: іншими підприємствами, банками, організаціями, що належать до соціально-політичних та економічних інституцій держави, місцевих органів, і дає змогу йому підтримувати більш-менш стійке становище, виживати в умовах, що постійно змінюються.

Кожне підприємство намагається побудувати свою діяльність, визначивши для себе перспективи розвитку та шляхи їх досягнення. Саме на цьому і відбувається формування окремих стратегій функціонування організації.

Стратегія – це визначення напрямку та масштабів діяльності організації в довгостроковій перспективі. Вона ідеально визначає ресурси, які відповідають умовам середовища, що змінюється, особливо ринкові, клієнтам, споживачам з метою задоволення очікувань власників підприємства [1, с. 54].

Розглянемо загальні стратегії діяльності підприємства. Серед них можна виділити наступні:



- 1) стратегії зростання (різними темпами) за рахунок:
 - експансії (створення/захоплення ринку, розвиток ринку або/та виробничого потенціалу);
 - диверсифікації (спорідненої, неспорідненої, конгломератної);
 - вертикальної та горизонтальної інтеграції;
 - глобалізації діяльності;
- 2) стратегії підтримки/стабілізації за рахунок:
 - захисту частки ринку;
 - підтримки виробничого потенціалу підприємства;
 - модифікації продукції;
- 3) стратегії реструктуризації за рахунок:
 - скорочення витрат та відсікання зайвого;
 - коротко- та довгострокової реструктуризації;
 - освоєння нових видів діяльності та ринків;
- 4) стратегії скорочення діяльності:
 - скорочення частки ринку;
 - організований відступ;
 - «збирання врожаю»;
- 5) стратегія ліквідація:
 - санація (розпродаж);
 - процедура банкрутства;
 - закриття;
- б) комбінація вищезгаданих стратегій.

Корпоративна (загальна) стратегія підприємства повинна відображати стратегію конкурентної боротьби, правила використання внутрішніх ресурсів, їх концентрацію на тих бізнес-одинацях, розвиток яких забезпечує ключові фактори успіху. Така стратегія може мати наступальний, оборонний або компромісний характер.

Основне завдання корпоративної стратегії – визначення шляху розвитку з урахуванням наявних ресурсів, навичок, умінь, вимог і обмежень зовнішнього середовища. Процедура розробки корпоративної стратегії завершується формуванням плану (проекту) розвитку організації, в якому зазвичай відображено такі основні питання: вибір галузей і функціональних сфер діяльності; опис видів передбачуваних до випуску продуктів; складання переліку технологій, планованих до використання; визначення типів необхідних ресурсів і джерел їх придбання.

Засобом ефективного вирішення завдань корпоративної стратегії є формування функціональних стратегій, для яких метою є реалізація загальної стратегії. Функціональні стратегії – це забезпечуючі стратегії, що визначають стратегічну орієнтацію функціональних напрямків – підсистем управління підприємством (маркетингу, виробництва, фінансів, науково-дослідного сектору, управління



персоналом, екологічної і соціальної сфер) і забезпечують досягнення їх цілей, а також керованість процесом виконання корпоративної та конкурентної стратегій, беручи при цьому відчутну участь у розробці і коригуванні останніх [5, с. 186].

Функціональні стратегії розробляються функціональними відділами і службами підприємства на основі корпоративної й ділової стратегії. До функціональних стратегій відносять маркетингову, фінансову, виробничу та інші. Основне призначення функціональних стратегій – розподіл ресурсів окремого відділу чи служби і визначення ефективного внеску функціонального підрозділу в ділову і корпоративну стратегію.

Поняття функціональної стратегії набуває особливого сенсу, тому що воно відбиває проникнення стратегічного мислення на більш низькі управлінські рівні і сприяє формуванню в компанії зовсім нового підходу до бізнесу в умовах жорсткості конкурентного середовища.

Тобто функціональні стратегії мають узгоджуватись і працювати на корпоративну та конкурентну стратегії. У свою чергу, корпоративна і конкурентна стратегії повинні спиратися на функціональні, без врахування аналітичних даних і можливостей яких розробити повноцінну і, головне, придатну для реалізації загальну чи бізнесову стратегію неможливо [5, с. 214].

Соціальна стратегія є складовою функціональної стратегії діяльності підприємства, тому що саме вона повинна забезпечувати перебіг подій та розвитку організації. Соціальна стратегія розвитку має базуватися на корпоративній відповідальності, забезпеченні високої ефективності, конкурентоспроможності підприємства та формувати достатні його доходи.

ВИСНОВКИ

Отже, для того щоб розробити соціальну стратегію з корпоративної відповідальності, необхідно:

- 1) мати сталу підтримку вищого керівництва, власників та провідних працівників компанії;
- 2) здійснювати аналіз відповідної діяльності аналогічних компаній;
- 3) підготувати програму дій;
- 4) розробити варіанти можливих заходів реалізації програми дій;
- 5) розробити, сформулювати та обґрунтувати ключові сфери у внутрішній та зовнішній корпоративній соціальній відповідальності, які б збігалися з бізнес-стратегією конкретної компанії.

Важливо наголосити, що корпоративна соціальна відповідальність не тотожна благодійності. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності передбачає впровадження довгострокової програми дій, націлених на одне з важливих для будь-якої організації завдань – підвищення її привабливості для інвесторів, органів влади та працівників.



СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник/ О. С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарики, 2002. – 296 с. 2. Завадський Й. С. Менеджмент : підручник: у 3 томах. Т. 1. / Й. С. Завадський. – К. : Видавництво Європейського університету, 2002. – 542 с. 3. Отчет об устойчивом развитии группы «Систем Кэпитал Менеджмент» за 2011 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.scm.com.ua/m/documents/SCM_Sustainability_Summary_Report_2011_Ru.pdf 4. Офіційний сайт компанії «Воля» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.volia.com> 5. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник / М. Г. Саєнко. – Тернопіль : Економічна думка, 2006. – 390 с.

Дата надходження до редакції – 19.03.2013 р.

УДК 339.173

Бородач Ю. В.¹

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ПОТОКАМИ СБОРОЧНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Проведен анализ проблемы эффективности управления материальными потоками сборки. Выявлены проблемы, связанные с ее решением и даны рекомендации по их решению.

Ключевые слова: материальные потоки, сборочное производство, эффективность, управление.

ВСТУПЛЕНИЕ

Важность вопросов управления материальными потоками в сборочном производстве, их влияние на формирование результатов деятельности предприятия обуславливает внимание к обеспечению эффективности такого управления. Проблема повышения эффективности деятельности сборочного предприятия является ключевой при управлении предприятием. В этой проблеме важное место занимают вопросы оценки эффективности организационных мероприятий, внедряемых с целью повышения эффективности. Трудности определения эффективности от внедрения таких мероприятий возрастают для сборочных предприятий, так как они имеют сложную внутреннюю структуру, результативность деятельности которой определяется качеством взаимодействия структурных подразделений.

Существующие подходы к определению понятия эффективности в экономическом понимании следующие. Свободная энциклопедия «Википедия» предлагает понимать эффективность как достижение

¹ Рецензент – Погорелов Ю. С., д. э. н., профессор



каких-либо определённых результатов с минимально возможными издержками или получение максимально возможного объема продукции из данного количества ресурсов. А вот Энциклопедический словарь экономики и права предлагает немного другую трактовку: результативность процесса, операции, проекта, определяемая как отношение эффекта, результата к затратам, обусловившим его получение. Словарь экономических терминов говорит об эффективности как об относительном эффекте, результативности процесса, операции, проекта, определяемом как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим, обеспечившим его получение. Есть множество точек зрения, но они не отличаются кардинально друг от друга.

Анализ существующих точек зрения позволяет сделать вывод о том, что это мера, характеризующая отдачу (полезный эффект) от затрат ресурсов.

ПОСТАНОВКА ЗАДАНИЯ

Целью данной статьи является выявление проблем, связанных с подходами к обоснованию и расчету эффективности управления, применительно к управлению материальными потоками в сборочном производстве.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Эффективность в экономике является одним из базовых понятий, используемых для оценки функционирования как целостных систем микро-, мезо- и макроуровня, так и для оценки отдельных функциональных сфер. Показатели эффективности находят широкое применение, что обуславливает важность и актуальность расчета и оперирования такими показателями для принятия различного рода управленческих решений.

В общем случае эффективность – достижение наибольших результатов при наименьших затратах на единицу продукции.

Таким образом, на основании анализа существующих точек зрения можно сделать вывод о том, что эффективность – это достижение запланированного результата с минимально возможными затратами, и в дальнейшем в работе использовать именно это понимание эффективности.

Эффективность как характеристика применяется по отношению к различным процессам, в том числе и по отношению к процессу управления. Эффективность управления сводится к обеспечению эффективности основной деятельности, поэтому ее эффективность определяется степенью результативности самой организационной системы. Отсюда следует, что эффективность управления определяется степенью реализации целей. Таким образом, эффективность управления – один из основных показателей совершенствования



управления, определяемый сопоставлением результатов управления и ресурсов, затраченных на их достижение. Существующие подходы к трактовке эффективности управления представлены в таблице [собственная разработка].

Таблица 1

Существующие подходы к пониманию эффективности управления
производством

Автор	Понимание эффективности управления производством
Н. А. Саломатин [1]	Непрерывный процесс, обеспечивающий реализацию целей организации по выпуску продукции на основе создания необходимых условий для его эффективного протекания
О. Г. Туровец [2]	Объединение отдельных звеньев и стадий товародвижения, установление необходимых связей между ними и обеспечение взаимодействия с целью минимизации затрат по выполнению заказов при условии их своевременного и качественного исполнения
С. Е. Метелев [3]	Деятельность субъекта управления по согласованию совместного труда работающих для достижения целей организации

Говоря об эффективности управления, следует обязательно рассмотреть сущность существующих подходов к оценке эффективности управления, потому что они отображают и уточняют понимание эффективности именно применительно к управлению предприятием.

Рассмотренное понятие эффективности в рамках управления предприятием, проанализированное понятие эффективности управления, выявленные особенности сборочного производства позволяют рассмотреть эффективность управления материальным потоком в сборочном производстве.

Проведенный анализ существующих наработок в этой сфере [4] позволяет утверждать, что на данный момент времени нет четко определенного понятия эффективности управления сборочным производством, и поэтому представляется необходимым его сформулировать.

Под эффективностью управления в сборочном производстве предлагается понимать степень выполнения производственного задания, которая обеспечивается результативной работой основных и обеспечивающих процессов, а именно: подготовкой производства, непосредственно сборочным процессом, обслуживанием рабочих мест, межоперационным и межцеховым транспортом и др. При этом



необходимо иметь в виду, что при оценке эффективности управления сборкой следует использовать количественную оценку, основанную на установлении соотношения затрат и полученных результатов.

Принимая во внимание, что существует несколько подходов к определению эффективности управления, определять эффективность управления материальными потоками в сборочном производстве можно также с разных позиций. Оценить эффективность управления можно путем соизмерения полученной прибыли и затрат на управление. Но такая упрощенная оценка не всегда корректна, так как результат управления не всегда заключается в прибыли; такая оценка приводит к непосредственному и опосредованному результату, который скрывает роль управления в его достижении. Также результат управления может быть не только экономическим, но и социальным, социально-экономическим. Еще одной проблемой является тот момент, что затраты на управление не всегда можно достаточно четко выделить.

Следует заметить, что эффективность управления материальными потоками представляет интерес для любого предприятия материальной сферы безотносительно его отрасли деятельности и особенностей производственного процесса, но для сборочного производства важность эффективного управления материальными потоками даже больше, чем для предприятий с иной схемой производственного процесса. Основные причины, которые обуславливают важность эффективного управления материальными потоками именно в сборочном производстве, следующие: ограниченность других источников формирования конкурентоспособности предприятия; значительное влияние на формирование финансовых результатов деятельности; дискретный, жестко регламентированный последовательный характер производства; возможность сокращения длительности производственного цикла и операционного цикла предприятия в целом; возможность снижения полных затрат предприятия.

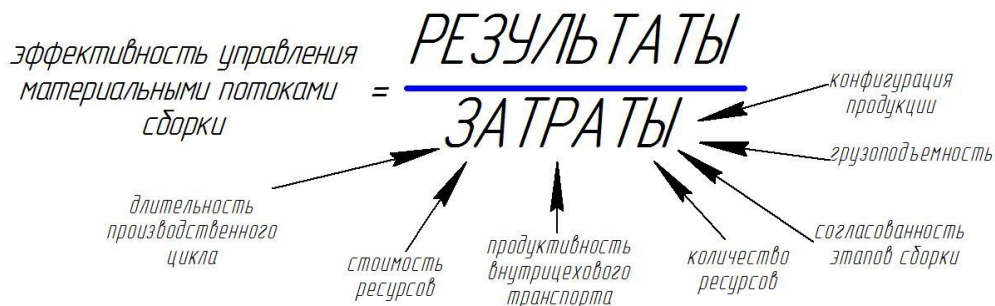
Итак, к причинам, обуславливающим необходимость эффективного управления материальными потоками в сборочном производстве, можно отнести ограниченность других источников формирования конкурентоспособности предприятия, так как от эффективности управления материальными потоками сборки зависит себестоимость выпускаемой продукции, которая, в свою очередь, в значительной степени влияет на себестоимость продукции. Также относят влияние на формирование финансовых результатов деятельности, так как эти финансовые результаты напрямую зависят от управления материальными потоками: чем эффективнее будет это управление, тем меньше значение незавершенного производства, и от этого зависит окончательное значение финансовых результатов.



Характер сборочного производства дискретный и жестко регламентированный, последовательный, и именно это ведет к острой необходимости эффективного управления материальными потоками и сводится к решению задачи коммивояжера. Необходимо воспользоваться возможностью сокращения длительности производственного цикла, что, в свою очередь, приведет к сокращению операционного цикла предприятия в целом, а это, в свою очередь, приведет к снижению затрат и повышению финансовых результатов. Еще можно использовать возможность снизить полные затраты предприятия за счет повышения эффективности управления материальными потоками.

Таким образом, можно говорить о том, что в сборочном производстве эффективность управления материальными потоками является одной из важнейших предпосылок результативного и финансово успешного функционирования предприятия сборочного производства в целом.

Для обобщения понимания эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве представляется возможным предложить такую схему [собственная разработка], которая представлена ниже.



Под результатами эффективного управления материальными потоками сборки будем понимать своевременное и полное выполнение заказа.

Предложенная схема отображает сущность эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве, косвенно определяя факторы, которые на такую эффективность влияют.

Рассматривая вопрос эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве, следует четко различить совместно используемые и часто синонимичные, но все же отличные понятия эффективности и результативности. Примем, что в нашем случае эффективность – это качественная характеристика сборки, а результативность – это количественная характеристика.



Несмотря на тот факт, что принципиальное содержание эффективности управления материальными потоками сборочного производства остается неизменным и не зависит от фактора времени, в долгосрочном и краткосрочном периоде такая эффективность имеет разное определение. Прежде всего такая разница определяется акцентом на поставленных целях, который устанавливает те критерии, на основании которых, собственно, и проводится определение эффективности. Так как мы рассматриваем эффективность материальных потоков сборки, то целесообразным будет рассматривать эффективность материальных потоков именно в краткосрочном периоде, так как процесс сборки четко ограничен во времени.

Очевидно, что эффективность как экономическая категория помимо своего содержательного наполнения выступает количественной оценочной характеристикой, которая базируется на определенных количественных показателях. Говоря о показателях, которые могут быть использованы для оценки эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве, в рамках результативно-ресурсного подхода к управлению такими показателями могут быть нормы расхода. В производственной логистике нормам расхода традиционно уделяется наибольшее внимание. Нормы расхода материальных ресурсов – это максимально допустимое количество сырья, материалов, топлива, расходуемое на изготовление единицы продукции определенного качества и выполнение технологических операций, в том числе логистических [5]. Нормы расхода в общем виде выражаются как сумма чистого веса изготовленной продукции или веса материала, входящего в ее состав, и величины приемлемых отходов производства, а также других потерь [6].

На практике нормы расхода классифицируются по различным признакам, например:

- по степени детализации: сводные и специфицированные;
- по объекту нормирования: пооперационные, подетальные, поиздельные, поузловые.

Следует заметить, что нормы расхода в оценке эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве являются только первичным показателем, поскольку эффективность (по своему смысловому содержанию безотносительно объекта приложения) – это всегда показатель относительный (в виде, как правило, соотношения получаемого результата и использованных для его получения ресурсов или понесенных затрат), а норма затрат – это показатель абсолютный. Поэтому для оценки эффективности управления материальными потоками больший интерес представляют



не собственно нормы затрат, а рассчитываемые на их основании нормативы.

Безусловно, характеристика эффективности управления и связанные с ней показатели (нормативный полезный расход материала, коэффициент использования материала, расходный коэффициент, показатель удельного расхода, технологический, оборотный, транспортный и страховой заделы) представляют интерес и являются актуальными для любого предприятия безотносительно сферы его деятельности, однако именно отраслевая привязка предприятия, специфика самой отрасли и технологического процесса, определяя количественный и качественный состав факторов прямого и косвенного влияния, оказывают самое непосредственное влияние на эффективность управления предприятием. Это является справедливым и для сборочного производства. Рассмотренные особенности сборочного производства не столько определяют, но в и том числе влияют на существующие проблемы в управлении сборочным производством. На сегодняшний день, по мнению [7, 8], существующими проблемами в управлении сборочным производством являются следующие:

- дефицит производственных мощностей. Производство отстает от графика из-за нехватки рабочей силы и оборудования;
- субоптимальность календарных планов производства;
- большая длительность производственных циклов;
- неэффективное управление запасами;
- низкий КПД оборудования;
- отклонения от технологии производства.

Анализ специфики сборочного производства, рассмотрение текущих вопросов в управлении таким производством, а также монографический анализ [9] позволяют выделить основные возможные проблемы, возникающие в ходе реализации мероприятий, направленных на повышение эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве: зависимость эффективности управления материальными потоками от конструктивной сложности изделия; необходимость решения сложной оптимизационной задачи по приоритетному обслуживанию рабочих мест при ограниченных ресурсах и широкой номенклатуре производства; необходимость учитывать возможные отказы оборудования и решение вопросов надежности производственной системы в целом с ростом количества сборочных операций и рабочих мест; зависимость от работы подрядчиков при увеличении масштабов кооперации (поставка стандартных изделий и других комплектующих); значительное снижение объемов незавершенного производства через снижение транспортных заделов; снижение потерь, связанных с



простоем сборочного оборудования; сокращение длительности производственного цикла изготовления продукции; снижение транспортных расходов, связанных с доставкой комплектующих на рабочие места.

Выделенные проблемы эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве не просто представляют определенные угрозы для деятельности предприятия, но и имеют негативные последствия: превышение пропускной способности транспортного канала; превышение номинальных грузоподъемностей средств межоперационного транспорта; увеличение затрат времени, связанных с межоперационной транспортировкой; возможные сбои в сроках поставок комплектующих и деталей на рабочие места; образование дополнительных временных узких мест в транспортной системе сборочного производства и, как следствие, необоснованные простои рабочих мест; возможность незапланированных простоев рабочих мест из-за необходимости внеплановых осмотров либо ремонтов и, как следствие, дополнительные затраты на осуществление этих осмотров и ремонтов; возможность полной временной остановки производства в связи со сбоями в работе подрядчиков; увеличение объемов незавершенного производства в виде увеличения складских запасов и рост затрат на обслуживание складских помещений.

Важность эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве, существующие проблемы в таком управлении, проблемы применительно к эффективности управления материальными потоками обуславливают необходимость ее повышения. При этом частные позитивные следствия для конкретного предприятия могут различаться.

Вследствие повышения эффективности управления материальными потоками в сборочном производстве можно ожидать определенных позитивных результатов, на которые направлены все мероприятия по повышению эффективности управления материальными потоками сборки. К ним можно отнести: повышение конкурентоспособности предприятия, улучшение финансовых результатов деятельности сборочного производства, снижение количества отказов оборудования, участвующего в сборочном процессе; обеспечение бесперебойной работы главной линии сборки за счет снижения зависимости от работы подрядчика путем увеличения их количества; повышение надежности производственной системы в целом.

ВЫВОДЫ

Таким образом, несмотря на наличие теоретических подходов к обоснованию и расчету эффективности управления, применительно к управлению материальными потоками в сборочном производстве существует ряд проблем и вопросов, которые требуют своего решения. Принимая во внимание важность сборочного производства, наличие



специфических черт его деятельности, которые отличают сборочное производство от производственных предприятий вообще и влияние управления материальными потоками на формирование результатов деятельности предприятия, представляется необходимым рассмотреть проблемное поле эффективности управления материальными потоками сборочного производства, чтобы выделить вопросы, которые требуют своего дальнейшего решения.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Управление организацией : учебник / Под редакцией А. Г. Поршнева, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2000. – 669 с.
2. Туровец О. Г. Организация производства и управление предприятием : учебник / О. Г. Туровец. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 528 с.
3. Метелёв С. Е. Менеджмент: теория и практика : монография / Метелёв С. Е., Иванкин Н. К., Косьмин А. Д. – Омск : ЗАО «Издательство Экономика», 2008. – 552 с.
4. Дубровский В. Ж. Экономика и управление предприятием : учеб. пособие / Дубровский В. Ж., Чайкин Б. И. (ред.). – 3-е изд., перераб. и доп. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2011. – 426 с.
5. Киржнер Л. А. Менеджмент организаций : учеб. пособие / Л. А. Киржнер, Л. П. Киенко. – М. : КНТ, 2009. – 688 с.
6. Осовська Г. В. Менеджмент організацій : навчальний посібник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : Кондор, 2005. – 860 с.
7. Шапошникова С. В. Методы оценки эффективности правления организацией : учеб. пособие / С. В. Шапошникова. – Воронеж : Воронеж. гос. техн. ун-т, 2008. – 170 с.
8. Козина М. В. Теория управления : методическое пособие / М. В. Козина. – Челябинск : Южно-Уральский государственный университет, 2007. – 237 с.
9. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / Г. Минцберг; пер. с англ. под. ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб. : Издательский дом «Питер», 2004. – 512 с.

Дата надходження до редакції – 18.03.2013 р.

УДК 658.3:174

Грібахо О. О.¹

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

В статті проведено всебічний аналіз поняття «організаційна культура», визначено критерії організаційної культури, а також досліджено вплив організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства.

Ключові слова: *культура, організаційна культура, конкурентоспроможність підприємства, критерії організаційної культури, стратегічний розвиток.*

¹ Рецензент – Ткаченко Н. В., д. е. н., професор



ВСТУП

Ефективність діяльності підприємства значною мірою визначається такими факторами, як виробничі потужності, технології, персонал, його кваліфікація, фінансові ресурси, ноу-хау, потенціал розвитку. Поряд з ними до найбільш значущих факторів належить організаційна культура, що виступає як система, яка складається з набору правил і стандартів, які визначають взаємодію і консенсус членів колективу, управлінських ланок, структурних підрозділів і ключових факторів розвитку підприємства.

В Україні немає належного обґрунтування питання взаємозв'язку стану організаційної культури та рівня ефективності підприємства, а в результаті – і конкурентоспроможності підприємства, відсутня чітка методологія формування культури організацій.

Проблема побудови організаційної культури як фундаменту для підвищення конкурентоспроможності підприємства є надзвичайно актуальною.

Для кожного підприємства дуже важливим є забезпечення ефективної діяльності підприємства. Це стосується не лише отримання максимального прибутку, але й подальшого стратегічного розвитку. При цьому повинні враховуватись не лише фінансові та матеріальні ресурси підприємства, а й організаційна культура підприємства.

Серед учених, які започаткували вивчення організаційної культури як важливого чинника ефективної діяльності підприємства, слід відзначити таких зарубіжних фахівців, як С. Роббінз, Е. Шейн, У. Оучі, Е. Гоффман, Г. Мінцберг, Е. Петтігрю, Т. Діл, Е. Кеннеді, Г. Хофстед, Р. Рюттінгер, Г. Трайс, Е. Долан, М.Кастельс, Р. Лінтон, Д. Денісон, К. Камерон, Р. Куїнн, Д. Коттер, Д. Хескет, Л. Аргоут, Д. Руссо та ін. У своїх дослідженнях ці науковці концентрують свою увагу на системному характері організаційної культури, досліджують можливості впливу на ефективність менеджменту за допомогою організаційної культури. Деякі зарубіжні вчені пов'язують ефективність діяльності підприємств з силою культури. Кожен автор при цьому виділяє свій набір елементів культури, якими повинні володіти успішні та ефективні підприємства.

Підвищення інтересу до цієї проблематики пояснюється тим, що організаційна культура визначає «стратегію, цілі і моделі діяльності будь-якої компанії» [1].

У даний час проблемою організаційної культури займаються такі українські вчені, як Г. Дмитренко, В. Кириченко, Т. Максименко, С. Оборська, О. Радченко, Г. Салімова, Є. Смірнов, З. Шершньова, Е. Шарапова, В. Усачева, Г. Хаєт, Ф. Хміль та інші. Проте залишається потреба в дослідженні взаємозв'язку між організаційною культурою та конкурентоспроможністю сучасного підприємства.



Керівники успішних підприємств розглядають свою організаційну культуру як стратегічний інструмент, який дозволяє орієнтувати всіх працівників підприємства на спільні цілі, мобілізувати ініціативу співробітників, забезпечувати відданість підприємству.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є дослідження поняття «організаційна культура» та визначення її впливу на конкурентоспроможність підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В основі організаційної культури лежать ті ідеї, погляди, основні цінності, що розділяються всіма членами компанії. Вони можуть бути абсолютно різними, в тому числі й залежно від того, що лежить в її основі: інтереси компанії в цілому чи інтереси її окремих членів. Це ядро, що визначає все інше.

«Організаційна культура підприємства – один з факторів конкурентоспроможності підприємства; фактор успіху, ефективності діяльності, а часом і виживання» [3]. На сьогодні культура підприємства стає все більшою мірою предметом турботи менеджерів усього світу, адже організаційна культура – це складний феномен, який включає в себе норми, принципи, правила, цінності, ідеали, мову, жаргон, історію організації, легенди, образи, символи, метафори, церемонії, ритуали, форми винагород і заохочень.

На відміну від національної культури, що носить досить інерційний характер, організаційна культура підприємства може значно змінитися протягом нетривалого часу (місяць, рік). Методи формування, як правило, носять неформалізований характер, однак, незважаючи на це, є численні приклади потужної й цілеспрямованої зміни культури багатьох організацій.

Поняття «організаційна культура» відображає ступінь організаційного упорядкування процесу виробництва і процесу менеджменту організації, і є тільки одним із елементів культури організації [4].

Організаційна культура є частиною культури, яка властива організації як певній групі людей, діяльність яких свідомо координується з метою досягнення певних цілей.

В умовах глобалізації, розвитку економіки знань і постійної загрози поглиблення фінансової кризи підвищується потреба у використанні таких економічних інструментів, які при порівняно низьких витратах можуть забезпечити суттєве зростання економічної ефективності діяльності підприємства. Одним із таких інструментів є організаційна культура. Поява і розвиток теорії організаційної культури є логічним наслідком розвитку науки менеджменту і суспільної свідомості на фоні глобальних економічних процесів.



Як концепція, що концентрує в собі найважливіші постулати і надбання науки управління, теорія організаційної культури установилась як важлива складова сучасної парадигми менеджменту. Усі складові сучасної парадигми менеджменту об'єднані спільною ідеєю: забезпечення виживання організації в довгостроковому періоді за рахунок ефективного використання людських ресурсів, формування і вдосконалення знань, стимулювання творчості та інновацій, а ступінь прагнення персоналу до здобуття нових знань, характер поведінки в нестандартних ситуаціях, ставлення до праці і споживачів в значній мірі обумовлюються параметрами організаційної культури. Тому успішна реалізація п'яти основних концепцій сучасного менеджменту (управління знаннями та інтелектуальним потенціалом, стратегічне управління, менеджмент якості, стратегічний маркетинг та соціальна відповідальність бізнесу) без змістового наповнення основними положеннями теорії організаційної культури втратили б важливу частину своєї економічної суті (рис. 1).

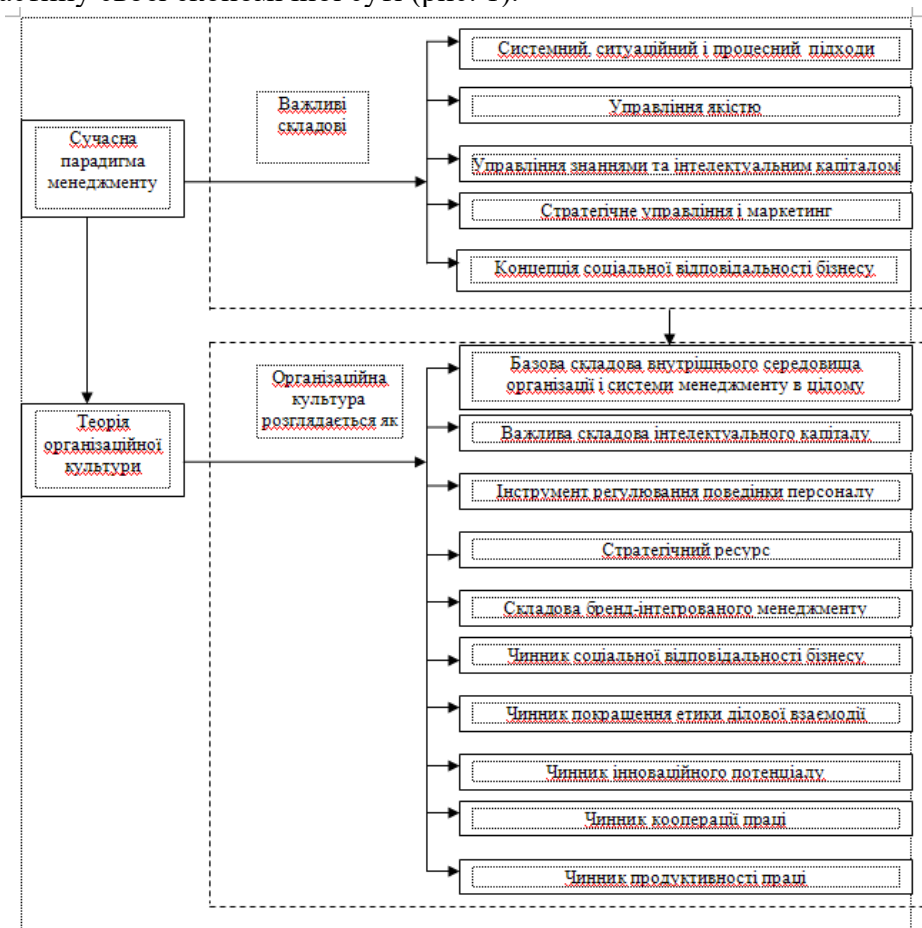


Рис. 1. Місце організаційної культури в сучасній парадигмі менеджменту [2]



Вплив організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства не є прямим, він опосередковується через персонал підприємства, що передбачає формування бажаної поведінки і компетенцій працівників, створення ефективної системи мотивації праці у відповідності до цілей та місії фірми, формування лояльності персоналу. Тільки за таких умов є можливим випуск якісної і конкурентоспроможної продукції, створення успішних брендів, забезпечення чуйного ставлення до клієнтів. Основним акцентом у формуванні організаційної культури є її стратегічне спрямування та направленість на персонал. Саме тому конкурентоспроможні компанії «характеризуються наявністю у них належної культури і способу мислення; виховують і утримують у себе співробітників, які володіють необхідними компетенціями; домагаються правильної поведінки своїх співробітників» [1].

Механізм впливу організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства показано на рис. 2.

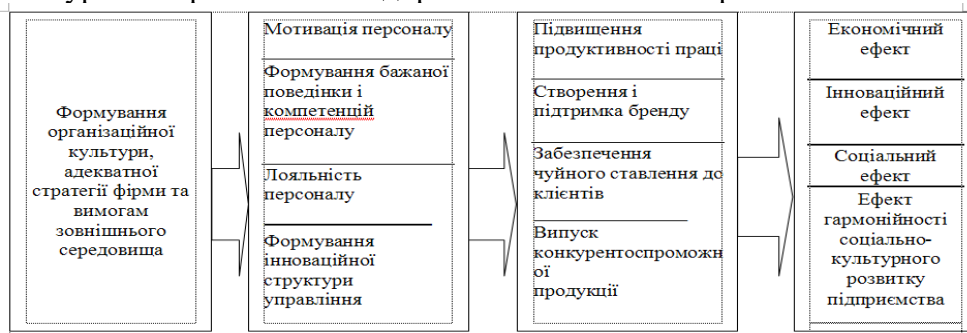


Рис. 2. Механізм впливу організаційної культури на конкурентоспроможність підприємства [2]

Організаційну культуру як категорію можна розглядати з позицій двох напрямів: управлінського і соціально-психологічного. Кожен з цих напрямів має відмінну систему уявлень про зміст критеріїв організаційної культури (табл. 1).

З позиції управлінського підходу організаційна культура є атрибутивною характеристикою організації, яка знаходить своє вираження у нормах, цінностях, правилах, що можуть бути як формальними, так і неформальними. Призначення організаційної культури полягає у підвищенні рівня ефективності діяльності та конкурентоспроможності підприємства, пристосування його до змін зовнішнього середовища, забезпечення сталого розвитку. Вихідним принципом даного підходу є розуміння організаційної культури як важливої складової системи управління і дієвого інструменту менеджменту. За даного підходу основний вплив на формування організаційної культури справляють лідери організації (як сучасні, так



і колишні), а також зовнішнє середовище організації, в тому числі загальнолюдські і національні традиції та цінності.

Таблиця 1

Зміст критеріїв організаційної культури підприємства
в розрізі управлінського та соціально-психологічного підходу

Критерій	Напрямок	
	Управлінський	Соціально-психологічний
Зміст	Організаційна культура – базова складова системи управління, яка включає сукупність норм, цінностей і принципів діяльності та створених на їх основі матеріальних і нематеріальних елементів, які в своїй сукупності сприяють розвитку і довгостроковій ефективності організації	Організаційна культура – атмосфера, психологічний клімат організації, неформальна і невидима свідомість організації, цінності і принципи, які впливають на поведінку її членів і формуються під їхнім впливом
Природа	Розглядається як атрибутивна характеристика організації, яка формується під впливом ціннісних установок індивідів та в результаті міжособистісної взаємодії	Розглядається як невід’ємна суть і характеристика функціонування малих груп
Призначення	Підвищення рівня адаптивності і забезпечення сталого розвитку, підвищення ефективності управління	Прискорення трудової адаптації, вплив на трудову поведінку та взаємовідносини в процесі праці, засіб диференціації організації
Основні прояви	Цінності, норми, правила, символи, стиль лідерства, система адаптації і мотивації персоналу, фірмовий стиль, імідж і бренд	Цінності, менталітет персоналу, соціально-психологічний клімат в організації, стиль лідерства
Основні методи оцінки	Економіко-математичні та соціологічні (анкетування) методи досліджень, контент-аналіз	Соціологічні методи досліджень (анкетування, опитування)

Джерело: власна розробка



Організаційну культуру можна оцінити в розрізі таких її проявів, як цінності, норми, правила, символи, стиль лідерства, система адаптації і мотивації персоналу, фірмовий стиль, імідж і бренд. Для дослідження організаційної культури в рамках управлінського підходу широко використовуються економіко-математичні методи, зокрема, розрахунок і аналіз показників на основі фінансової та кадрової звітності, економіко-математичне моделювання, факторний та кластерний аналіз. В якості додаткових методів використовуються контент-аналіз та анкетування.

Соціально-психологічний підхід до вивчення організаційної культури ґрунтується на розумінні її як продукту і характеристики функціонування малих груп. Тому при цьому підході значна увага приділяється вивченню атмосфери, психологічного клімату колективу, цінностей і переконань, а сама організаційна культура розглядається як важливий засіб соціалізації індивідів в процесі праці, важіль впливу на їх організаційну поведінку. При цьому вважається, що основну роль у формуванні організаційної культури відіграють загальнолюдські, національні, професійні і особисті цінності. Основним уявленням соціально-психологічного підходу можна вважати висновок про те, що соціальна поведінка індивіда в організації пояснюється не тільки особистісними особливостями людини, а, перш за все, ситуаційними і міжособистісними факторами внутрішнього середовища організації.

Для оцінки організаційної культури широко використовуються різноманітні соціологічні методичні оцінки досліджень: анкетування, опитування, вивчення «організаційного фольклору», бесіди із персоналом. В цілому психологічний підхід створює передумови для оцінки, прогнозування і коригування поведінки людини в організації [2].

Суттєвим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємства є організаційна культура підприємства. Вона впливає на імідж підприємства, є чинником мотивації працівників.

Завдяки високому рівню організаційної культури підприємство має переваги над конкурентами, оскільки персонал підприємства в своїх діях притримується узгодженості та послідовності, зацікавлене в ефективній діяльності свого підприємства.

Організаційні цінності, звичаї підприємства підвищують координацію, зацікавленість у спільній діяльності, сприяють самоусвідомленню себе як частини загального результату [6].

Завдяки організаційній культурі посилюється розуміння цінності працівників підприємства, де в центр уваги ставиться особистість, потреби та очікування, визнання необхідності активнішого залучення працівників, довіри до них. Чим сильніша організаційна культура організації, тим менше потрібно приділяти уваги на розвиток формальних правил поведінки, і тим більша ймовірність ефективної діяльності працівників підприємства.



Організаційна культура являє собою стратегічний чинник розвитку організації. Усвідомлення організаційної культури дає можливість краще зрозуміти діяльність підприємства, його призначення на ринку [7].

Усвідомлення організаційної культури дозволяє:

- діяти ефективніше та результативніше, враховуючи тенденції, загрози та можливості;
- протидіяти стереотипам, які обмежують можливості людини;
- усвідомити причетність особистості до колективної діяльності, свою невід'ємність;
- побудувати позитивний імідж організації;
- визначити правильну систему мотивації працівників;
- встановити місію та цілі організації, побудувати організаційні цінності та ідеали;
- зрозуміти індивідуальну та колективну поведінку, усвідомити стиль керівництва та питання лідерства [5].

Важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства відіграють матеріальні складові (фірмовий одяг, інтер'єр). Ці складові справляють враження на споживачів продукції підприємства, створюють імідж підприємства, виступають важливими чинниками в конкурентній боротьбі.

Таким чином, організаційна культура підприємства суттєво та позитивно впливає на підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Організаційна культура сприяє розвитку організації, підвищує її конкурентоспроможність. Завдяки їй підприємство отримує прибуток не шляхом впровадження інновацій, розширення асортименту продукції, а шляхом використання інтелектуального потенціалу працівників підприємства, узгодження цілей підприємства, створення іміджу підприємства.

Тому формування і розвиток організаційної культури підприємства мають бути представлені як програма розвитку організації для підвищення її конкурентоспроможності.

ВИСНОВКИ

Таким чином, організаційна культура є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності організації і саме результати діяльності підприємства необхідно пов'язувати з організаційною культурою.

Тільки сильна організаційна культура організації може обумовлювати успішне функціонування підприємства.

Таким чином, в результаті досліджень взаємодії організаційного розвитку та організаційної культури на діяльність підприємства спостерігається великий вплив цих понять на стратегічний розвиток підприємства. Особливий вплив організаційна культура має на елементи структури, а саме організаційну поведінку, структуру



підприємства та адаптацію цих складових до загроз та можливостей середовища організації.

Але організаційна культура є не єдиним елементом для підвищення ефективності діяльності підприємства. Є випадки, коли організація володіє високою організаційною культурою, але все одно зазнає поразок на ринку, або ж підприємство з низькою організаційною культурою демонструє достатньо високу ефективність. Проте для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства та довгострокової ефективності підприємства визначальним чинником є тільки сильна організаційна культура підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Корпоративна культура : навч. посіб. / Г. Л. Хаєт, О. Л. Єськов, Л. Г. Хаєт та ін.; за заг. ред. Г. Л. Хаєта. – К. : Центр навчальної літератури, 2003. – 403 с.
2. Харчишина О. В. Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості : монографія / Харчишина Олена Володимирівна; Нац. ун-т харч. технологій. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 290 с.
3. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник / Ф. І. Хміль. – К. : Академвидав, 2003. – 608 с.
4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Под ред. Т. Ю. Ковалевой; пер. с англ. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 336 с.
5. Захарчин Г. М. Механізм формування організаційної культури на підприємстві / Г. М. Захарчин // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – № 19. – С. 241–248.
6. Калініченко Т. І. Теоретичні підходи до тлумачення організаційної культури / Т. І. Калініченко // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 62–67.
7. Кригульська Т. В. Деякі аспекти проблеми структуризації організаційної культури підприємства / Т. В. Кригульська // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 3. – С. 76–80.

Дата надходження до редакції – 11.04.2013 р.

УДК 338.33

Гордєєва Т. А.¹

ОПТИМІЗАЦІЯ АСОРТИМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА З ПОЗИЦІЇ МАРЖИНАЛЬНОГО ПІДХОДУ

Розглянуто існуючі підходи до формування асортименту промислових підприємств. Визначено параметри оптимізації асортименту із використанням маржинального підходу. Розраховано оптимальну структуру виробничої програми із застосуванням лінійного програмування.

***Ключові слова:** асортимент, оптимізація, маржинальний прибуток, симплекс-метод, фактори-обмежувачі.*

¹ Рецензент – Козловський В. В., д. е. н., професор



ВСТУП

Формування асортименту таким чином, щоб відбувалось одночасне задоволення потреб споживачів та досягнення достатнього рівня прибутковості операційної діяльності, є для підприємств, що прагнуть виживати у ринковому конкурентному середовищі, одним із першочергових завдань. Потреба суміщення принципів маркетингу із наявними обмеженнями внутрішнього середовища вимагає від підприємств імплементації в свою діяльність сучасних, прогресивних методик формування асортименту.

Питання побудови системи ефективного управління асортиментом на принципах маркетингу не є новими для економічної науки в цілому. Окремі аспекти формування асортиментної політики підприємства розглядаються в роботах багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як Г. Ассель, С. С. Гаркавенко, Х. Хершген, Г. Я. Гольдштейн, Ф. Котлер, Є. Дихтль, П. С. Зав'ялов, Л. С. Лаврентьева, І. В. Заблудська, К. В. Одінцева, Н. С. Кубишина та ін.

Розглядаючи методичні підходи до формування ефективного асортименту підприємства, можна виділити дві великі групи: методи, що орієнтовані на потреби ринку та переваг споживачів, та методи, що базуються на економічному аналізі.

У сучасних умовах конкуренції ринок визначає необхідний йому асортимент, тому завданням підприємства є задовольнити попит краще і ефективніше, ніж конкуренти. Управління асортиментом, з точки зору Ф. Котлера, повинно проходити в два етапи: аналіз товарної лінії та ухвалення рішень про довжину товарної лінії, необхідність оновлення, коригування або скорочення. Критерієм оптимальної довжини є загальний прибуток підприємства.

Перевагою методики Ф. Котлера є те, що карта позиціонування, яка будується на етапі аналізу товарної лінії, відображає позиції товарної лінії підприємства по відношенню до продукції конкурентів, і цим вона корисна для розробки ринкової стратегії товарної лінії. Недоліком вважається те, що при наповненні товарної лінії виникає ризик витіснення одних товарів іншими, а також введення в оману клієнтів компанії. Тому для уникнення небажаного ефекту від взаємодії товарів-субститутів необхідно надавати кожній товарній одиниці чітко помітні особливості. Крім того, для даної методики характерна відсутність кількісних оцінок [1].

Орієнтовані на ринок методи формування асортименту базуються на інформації, що отримана в результаті дослідження ринку товарів, суджень і потреб покупців, рівня конкуренції на ринку тощо. Так, наприклад, модель Розенберга враховує при формуванні товарного портфеля підприємства здатність товарів задовольняти певні потреби



споживачів, визначені за результатами опитування, тобто базується на визначенні ринкової адекватності товарів [2].

Основним недоліком ринкових методів формування асортименту підприємства є їх переважна орієнтованість на потреби ринку та недостатня увага до питань внутрішньої економічної ефективності з точки зору завантаження виробничих потужностей підприємства, обіговості оборотних коштів, покриття витрат, формування прибутку. В той же час недоліком методів формування асортименту, що базуються на економічному аналізі, є або повне ігнорування, або недостатній рівень врахування зовнішніх чинників ринкової кон'юнктури. Використання тільки їх може призвести до втрати ринкової конкурентоспроможності асортиментного портфеля підприємства.

Тому ми погоджуємося з думкою Г. Я. Гольдштейна в тій частині, що виробнича програма є результатом узгодження цілей фірми, таких як отримання максимального прибутку; врахування реальних фінансових і інших ресурсних можливостей; повне задоволення потреб ринку збуту; максимальне зниження виробничих витрат, у т. ч. і максимально можливе завантаження обладнання [3].

Моделі оптимізації асортименту добре відомі. Наукові праці в цій сфері належать Л. В. Канторовичу – засновнику оптимізаційного планування, В. І. Даніліну, Б. І. Герасимовичу, В. В. Тітову та іншим. Проте у кожному конкретному випадку постає питання адаптації відомих моделей до ситуації конкретного підприємства.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У статті досліджуються параметри оптимізації асортименту машинобудівного підприємства із використанням положень маржинального підходу. Із застосуванням лінійного програмування на базі програмного продукту MS Excel розраховується оптимальний асортимент підприємства, що враховує як внутрішні фактори-обмежувачі, так і ринкову кон'юнктуру.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Оскільки в динамічних ринкових умовах оцінку ступеня впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємства, а також і оцінку кількісних параметрів виробництва можна з високим відсотком ймовірності проводити лише в обмежених часових рамках, то оптимальним буде формування асортименту машинобудівного підприємства на квартал.

У дослідженні ми використовуємо лінійне програмування, а саме симплекс-метод, з метою оптимізації асортименту. Симплекс-метод – алгоритм розв'язання оптимізаційної задачі лінійного програмування шляхом перебору вершин опуклого багатогранника в багатовимірному просторі.



Метод був розроблений радянським математиком Л. В. Канторовичем. У роботі «Математичні методи організації і планування виробництва», опублікованій в 1939 р., Л. В. Канторович показав, що всі економічні проблеми розподілу можуть розглядатися як проблеми максимізації деякої функції за наявності багатьох обмежувачів, отже, можуть бути вирішені за допомогою лінійного програмування [4].

Цільова функція мала вигляд:

$$f(x) = \sum_{i=1}^n Q_i \cdot P_i \rightarrow \max, \quad (1)$$

де Q_i – кількість одиниць i -го виробу;

P_i – прибуток від реалізації одиниці i -го виробу;

n – кількість видів виробів.

Однак виникають сумніви в коректності розрахунків за нею у зв'язку із наявністю взаємозв'язків показників в системі СVP «витрати – обсяг – прибуток». Також постає питання, яким чином має бути обрахований прибуток від реалізації одиниці кожного виду продукції. Величина прибутку на одиницю виробу залежить від того, яким чином будуть розподілені між всіма виробами постійні витрати підприємства.

З метою вирішення даної проблеми О. О. Орлов в роботі [5] наводить обґрунтування модифікації цільової функції з позицій маржинального підходу:

$$f(x) = \sum_{i=1}^n ПМ_i \cdot x_i - F_{пост} \rightarrow \max, \quad (2)$$

де $ПМ_i$ – маржинальний прибуток по i -му виробу;

$F_{пост}$ – постійні витрати в цілому по підприємству.

Таким чином, з позиції маржинального підходу завданням оптимізації в нашому випадку є максимізація саме маржинального прибутку, частина якого буде покривати постійні витрати, а частина, що залишиться після цього, сформує прибуток від операційної діяльності.

$$f(x) = \sum_{i=1}^n Q_i \cdot МП_i \rightarrow \max, \quad (3)$$

де Q_i – кількість одиниць i -го виробу;

$МП_i$ – маржинальний прибуток на одиницю i -го виробу;

n – кількість видів виробів.

Проведемо розрахунки на даних підприємства машинобудівного комплексу, яке займається виробництвом обладнання для виготовлення будматеріалів, зокрема цегли.



За фактичним асортиментом розрахована нами величина маржинального прибутку по підприємству в цілому становить 10 369 208,94 грн, а постійні витрати 8 744 488 грн. Отже, коефіцієнт безбитковості становить 0,8433; а запас надійності – 0,1567.

На рис. 1 наведено вихідні дані для оптимізації асортименту підприємства на основі симплекс-методу за допомогою програмного продукту MS Excel.

Планування виробництва за допомогою симплекс-методу дозволяє розрахувати максимум цільової функції з урахуванням впливу наявних факторів-обмежувачів. У стовпцях від X_1 до X_{10} представлені вироби підприємства, ранжирувані по мірі зменшення коефіцієнту маржинального прибутку (K_M), а в рядках для потреб розрахунку використана інформація про склад витрат на виробництво, виробничі потужності та фонд робочого часу працівників. Ці показники і є факторами-обмежувачами (Φ_1, \dots, Φ_6), що розраховані нами як для кожного виробу, так і в загальній, потенційно можливій сумі ($MAX\phi$). Слід зазначити, що варіюючи загальну величину обмежуючого чинника, ми можемо отримати оптимальний план на місяць, на квартал, на рік або на будь-який інший період, що буде нас цікавити.

	A	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
20												
21	Вироби	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}	MAX ϕ
22	K_M	0,51	0,51	0,50	0,49	0,48	0,47	0,45	0,40	0,37	0,31	
23	Фактори-обмежувачі											
24	Φ_1	49110,00	71060,00	49435,00	51262,00	70765,00	45930,00	64615,00	96682,00	73916,00	298920,00	0 10 000 000
25	Φ_2	13475,00	19970,00	13070,00	12400,00	16150,00	9830,00	11692,00	11930,00	7656,00	21450,00	0 3 000 000
26	Φ_3	5183,83	7682,46	5028,03	4770,28	6212,91	3781,60	4497,91	4589,47	2945,26	8251,82	0 900 000
27	Φ_4	270,00	120,00	140,00	560,00	300,00	300,00	320,00	500,00	520,00	280,00	0 400 000
28	Φ_5	67,00	60,00	20,00	45,00	31,00	31,00	32,00	46,00	50,00	26,00	0 320 000
29												
30	MAX ϕ	27	17	15	24	25	24	25	26	23	28	
31												
32	Q	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
33												
36	МП	89731,1675	101287,541	67966,971	65567,72	86372,095	53208,399	65695,09	74298,529	50462,7368	146378,185	
37												
38	Цільова	0										
39	функція											

Рис. 1. Вихідні дані для оптимізації асортименту машинобудівного підприємства

Однак часовий проміжок планування чинить безпосередній вплив на обмеження техніко-економічного характеру, оскільки тут прямо пропорційна залежність: чим довший період, тим більша кількість виробничих операцій може бути здійснена на виробничому



обладнанні; чим довший період – тим більший фонд робочого часу працівників. Проте в сучасних умовах неповної завантаженості виробничих потужностей значної частини машинобудівних підприємств дані обмеження мають трохи меншу вагу, ніж фінансові обмеження.

Обмеження фінансового характеру, такі як витрати на сировину, матеріали, інструменти, оплату праці, відрахування по соціальному страхуванню в короткостроковому періоді більше залежать від можливостей підприємства сформувати необхідну величину оборотного капіталу як самофінансуванням, так і залученням кредитних ресурсів.

Також, виходячи з даних про ціну виробів і величину прямих витрат, нами розраховані величини маржинального прибутку по кожному виробу ($МП$). Вони наведені в рядку з номером 36. Максимальна сумарна величина маржинального прибутку по всіх виробках підприємства і буде результатом цільової функції.

Крім традиційних для симплекс-методу обмежень за сумарними величинам всіх факторів-обмежувачів, ми ще вводимо верхню межу за кількістю одиниць продукції для кожного виробу з номенклатурного ряду. Це робиться з метою врахування попиту споживачів, вплив якого був оцінений нами в роботі [6] за допомогою засобів нечіткої логіки. Якщо цього не зробити, то можна отримати результат, коли максимальний обсяг виробництва буде припадати на ті вироби, що вимагають найменших витрат на їх виробництво. Ввівши верхню межу по кількості, ми уникаємо такої похибки у розрахунку оптимального асортименту.

	$Q\%$	ω	MAX_{ω}
x_1	11,64	1,804651	27
x_2	7,14	1,106977	17
x_3	6,45	1	15
x_4	10,14	1,572093	24
x_5	10,55	1,635659	25
x_6	10,32	1,6	24
x_7	10,76	1,668217	25
x_8	11,11	1,722481	26
x_9	9,99	1,548837	23
x_{10}	11,90	1,844961	28

Отримані на основі нечіткої логіки співвідношення у структурі асортименту зберігаються завдяки проведенню зворотного нормування, коли найменше значення приймається за одиницю, а всі інші вже розраховуються через зіставлення з ним. Матриця A_2 містить такі показники:



- $Q\%$ – питома вага кожного виробу, виражена у відсотках;
- ω – співвідношення питомої ваги кожного виробу з найменшим значенням (6,45 %), прийнятим за одиницю;
- MAX_Q – максимально необхідний обсяг виробництва кожного виробу, виражений у натуральних одиницях.

Використовуючи вбудовану функцію «Пошук рішення», накладаємо обмеження на значення змінних, якими позначений обсяг виробництва кожного виду продукції (рис. 2).

	A	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
20												
21	Вироби	X1	X2						X9	X10		MAX ф
22	Км	0,51	0,51						0,40	0,37	0,31	
23	Фактори-обмежувачі											
24	Ф1	49110,00	71060,00						6682,00	73916,00	298920,00	0 10 000 000
25	Ф2	13475,00	19970,00						1930,00	7656,00	21450,00	0 3 000 000
26	Ф3	5183,83	7662,46						4589,47	2945,26	6251,82	0 900 000
27	Ф4	270,00	120,00						500,00	520,00	280,00	0 400 000
28	Ф5	67,00	60,00						46,00	50,00	26,00	0 320 000
29												
30	MAX ф	27	17						26	23	28	
31												
32	Q	0	0						0	0	0	
33												
36	МП	69731,1675	101267,541						298,529	50482,7368	146378,185	
37												
38	Цільова	0										
39	Функція											

Рис. 2. Використання вбудованої функції «Пошук рішення» для оптимізації асортименту

Відповідаючи математичній логіці та економічній доцільності, зазначені обмеження повинні бути:

- цілими – не можна припинити виробництво, зібравши лише частину, наприклад, верстата;
- не перевищувати розраховану верхню межу попиту – продукція не буде реалізована в повному обсязі, що погіршить фінансові результати діяльності;
- більше або рівними одиниці – оскільки при оцінці попиту ми не побачили «мертвих» видів продукції.

Результати оптимізації асортименту з метою отримання максимально можливої величини маржинального прибутку за допомогою програмного продукту Excel наведені на рис. 3.



	A		C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
20													
21	Вироби	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10		MAX ф
22	Км	0,51	0,51	0,50	0,49	0,48	0,47	0,45	0,40	0,37	0,31		
23	Фактори-обмежувачі												
24	Ф1	49110,00	71060,00	49435,00	51262,00	70765,00	45930,00	64615,00	96682,00	73916,00	298920,00	9996978	10 000 000
25	Ф2	13475,00	19970,00	13070,00	12400,00	16150,00	9830,00	11892,00	11930,00	7656,00	21450,00	2209343	3 000 000
26	Ф3	5183,83	7682,46	5028,03	4770,28	6212,91	3781,60	4497,91	4589,47	2945,26	8251,82	849549,6	900 000
27	Ф4	270,00	120,00	140,00	560,00	300,00	300,00	320,00	500,00	520,00	280,00	51930	400 000
28	Ф5	67,00	60,00	20,00	45,00	31,00	31,00	32,00	46,00	50,00	26,00	6890	320 000
29													
30	MAX q	27	17	15	24	25	24	25	26	23	28		
31													
32	Q	27	16	15	23	24	24	25	7	3	1		
33													
36	МП	69731,1675	101287,541	67966,971	65567,72	86372,095	53208,399	65695,09	74298,529	50482,7368	146378,185		
37													
38	Цільова	11841129,45											
39	функція												

Рис. 3. Результати оптимізації асортименту на основі максимізації маржинального прибутку

Таким чином ми отримали кількість одиниць виробництва кожного виробу за умови максимізації маржинального прибутку. Планова його величина за оптимальним асортиментом складе 11 841 129,45 грн. Перераховані за даною величиною маржинального прибутку коефіцієнт безбитковості та запас надійності складуть 0,7385 та 0,2615 відповідно. Це свідчить про підвищення рівня ефективності основної операційної діяльності за умови реалізації оптимального асортименту продукції.

ВИСНОВКИ

Визначення пріоритетів під час формування асортименту підприємства, належний рівень обґрунтування управлінських рішень, а також гнучке реагування на зміни кон'юнктури належать до першочергових завдань планової роботи на підприємстві в сучасних умовах господарювання.

За допомогою математичних обчислень і вбудованих можливостей програмного продукту MS Excel ми можемо отримати орієнтири, які дозволять нам сформувати асортимент підприємства таким чином, щоб досягти паритету між забезпеченням ефективності діяльності і задоволенням потреб споживачів. Математичні застосування забезпечують ґрунтовні аргументи під час формування асортименту, даючи змогу із певним ступенем ймовірності прогнозувати кінцеві результати основної операційної діяльності підприємства.

Подальші дослідження полягатимуть в уточненні оцінки впливу та особливостей обрахунку факторів-обмежувачів асортименту, імплементації оптимізаційного моделювання в практичну планову



роботу машинобудівних підприємств та вдосконалення в цьому контексті управлінського обліку витрат операційної діяльності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Основы маркетинга / [Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.] – М. : Вильямс, 2003. – 944 с.
2. Кубишина Н. С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку / Н. С. Кубишина // Економічний вісник НТТУ «КПІ». – 2010. – № 7. – С. 171–178.
3. Гольдштейн Г. Я. Основы менеджмента : учебное пособие / Г. Я. Гольдштейн. – Изд 2-е, дополненное и переработанное. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2003. – 230 с.
4. Леонид Витальевич Канторович: библиографический указатель / Ред. С. С. Кутателадзе. – 2-е изд., перераб. и доп. – Новосибирск : Издательство Института математики, 2012. – 204 с.
5. Орлов О. А. Планирование деятельности промышленного предприятия : учебник / О. А. Орлов. – Издание 2-е, перераб. и дополн. – К. : Скарбы, 2006. – 416 с.
6. Гордеева Т. А. Формування асортименту продукції для підприємств машинобудівного комплексу на основі теорії нечітких множин / Т. А. Гордеева // Матеріали за 9-а міжнародна научна практична конференція «Бъдещите изследвания». – 2013. – Том 6. Икономики. София. «Бял ГРАД-БГ» ООД.– С. 21–25.

Дата надходження до редакції – 02.04.2013 р.



ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 623.011, 65.013

*Задорожний І. С.,
Задорожний С. В.¹*

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ У ХХІ СТОЛІТТІ

У статті розглядаються питання аналізу менеджменту на початку ХХІ століття і подальші стратегічні зміни в теорії та практиці менеджменту.

***Ключові слова:** менеджмент, система, структура, персонал, керівництво, організація, знання.*

ВСТУП

Кінець ХХ та початок ХХІ століття характеризуються світовими спеціалістами з менеджменту як часи великих та бурхливих змін [1]. У ці часи відбулося багато знакових подій, які зворушили світову економіку і суспільство. До таких подій можна віднести:

- створення Євросоюзу і появу нової валюти – євро, яка склала конкуренцію світовій валюті – долару США;
- розвал СРСР і появу багатьох незалежних країн, що розірвало виробничі ланцюги СРСР, призвело до втрати світових ринків та знизило конкурентоспроможність російського рубля;
- руйнування союзної фінансової системи; фінансові системи незалежних держав при цьому тільки почали створюватися і були ще дуже слабкими;
- велика маса надрукованих і незабезпечених доларів та цінних паперів призвели до послаблення світової валюти (долара США) і до дефолту світової фінансової системи у 2008 році.

Для незалежної України розвал СРСР призвів до економічного спаду багатьох напрямків діяльності, а передача інструментів фінансового забезпечення (банків, інвестиційних і страхових компаній) в приватні руки призвела до абсолютної незацікавленості приватних банків фінансувати ризикові напрямки діяльності як в промисловій, так і в непромисловій сфері. Відмова від державного управління промисловими та сільськими господарствами (ліквідація міністерств), відсутність досвіду, законів і методів ринкового регулювання призвели до глибокого їх занепаду. З'явилися проблеми виживання організацій

¹ Рецензент – Мигус І. П., д. е. н., доцент



різного статусу і напрямку діяльності, що викликало необхідність пошуку теоретиками з менеджменту і економістами нових методів та схем управління.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даного дослідження є пошук та аналіз методів, структурних схем управління, поняття організації, методів управління персоналом, стилів роботи керівників і ставлення до знань та інновацій у XXI столітті, що може допомогти стабілізувати та підвищити ефективність показників вітчизняних організацій, а заодно і покращити соціальний статус кожного українця.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Зміна моделей структур управління. У період останнього десятиріччя XX століття Міжнародний валютний фонд відзначив, що світ поділився на успішні країни, де виробіток на працівника складає від 30 000 до 6000 доларів США, розвинені країни, де виробіток склав від 6000 до 400 доларів США, та слаборозвинені, виробіток яких склав від 400 до 50 доларів США. Таким чином констатується, що в світі існує неоднозначність виробітку на одного працівника, яка відрізняється у 600 разів. Це означає, що в світі існують успішні країни, країни середньої успішності і малоуспішні.

Слід погодитися, що значним чинником у досягненні тих чи інших успіхів країни є рівень її менеджменту, що менеджмент в різних країнах знаходиться на різних рівнях як в теоретичному, так і практичному плані. У такому разі слід також погодитися, що розвинені країни для збільшення свого успіху будуть удосконалювати свої методи і структури управління, а неуспішні держави, щоб зберегти свою особистість і незалежність, повинні шукати методи і структури для виживання і покращення свого стану.

Як бачимо, це абсолютно різні завдання, а це значить, що і рекомендації для їх вирішення слід очікувати різні. Все це вказує на необхідність пошуку нових рішень як для перших, так і для других. Розглянемо більш детально стан розвитку кожного з напрямків управління.

Відомі варіанти структур управління можна класифікувати на *формальні* та *неформальні*. Формальні структури можна поділити на *механічні* та *органістичні* [2].

До механічних структур управління відносять такі: *лінійні*, *функційні*, *лінійно-штабні*, *лінійно-функційні* та *дивізійні*, які добре зарекомендували себе на різних етапах розвитку менеджменту в XIX та середині XX століття.

Глобалізація ринків змінила відносини між напрямками і сферами діяльності. У лідируючих організацій з'явилась можливість



виходу на нові ринки. У них виникла нагальна потреба управляти не тільки обіговим капіталом (залученням великої маси капіталу), але і швидкістю введення інновацій, тобто швидкістю залучення інвестиційного капіталу. Ці проблеми вимагають від менеджменту розвивати і використовувати *програмно-цільові, інноваційно-організаційні* структури.

Поява нових структур управління в промисловості привернула увагу і фінансових структур, які, в свою чергу, зацікавлені в надійному розміщенні своїх капіталів. З'явилися нові форми співпраці – *промислово-фінансові групи (ПФГ)* [3, 4]. У результаті взаємодії промислових і фінансових організацій з'явилися нові структури управління, такі як *венчурні* та *атомістичні*. Для їх ефективного управління потрібні були нові види структур управління, і ними стали *мережеві структури*. Як бачимо, на зміну *механічним* структурам управління прийшла низка *органістичних* структур управління.

Виникла потреба в нових підходах у плануванні, інформаційному забезпеченні, захисті конфіденційної інформації, введенні нових зворотних зв'язків, контролю і нових критеріїв управління.

Особливістю планування таких структур стало довгострокове планування з елементами корегування – *стратегічне планування*.

Враховуючи міжконтинентальні відстані між членами ПФГ, потрібно було створювати оперативні інформаційні системи зв'язку, які б працювали в натуральному масштабі часу і були захищені від несанкціонованого доступу. Такі системи зв'язку стали розроблятися на базі спеціальних комп'ютерних систем і в останній час – Інтернету.

З'явився новий критерій для управління такими структурами, критерій оцінки успішності – *бути першим*.

Згадаємо рекомендації при реструктуризації компанії «Дженерал Електрик», які розробив керуючий компанією Джек Уелч [4]. Першою його порадою була вимога «...*стати першими або другими* на світовому ринку». Друга порада: «... *поки не пізно – змінюйся. Поспішай!*» Компанія за період реструктуризації із 155 напрямків діяльності залишила 33, а з 900 тисяч працюючих залишила 128 тисяч. При цьому було призупинено всі напрямки, які не давали можливості виконати першу пораду.

Критерії ефективності систем управління – *бути найуспішнішим* (першим або другим), пошуки і планування змін та найшвидше їх впровадження – стали ключовими для успішних організацій при їх реструктуризації та перепроєктуванні на початку ХХІ століття.

Менш успішні організації також почали пошук нових структур управління, які б допомогли їм стати більш успішними в своєму, хай і в малому, бізнесі. Такими структурами стали *кліткові* структури.

Прикладом таких кліткових структур є структура, яку використовують сучасні успішні ресторани. Основними заходами, які



приносять головний дохід ресторану, є не цілодобове запрошення пересічних клієнтів, а організація оригінальних заходів: показового весілля, корпоративів, днів народження VIP-осіб. Для проведення таких заходів менеджери ресторану повинні взяти на себе зобов'язання не тільки з підготовки місця проведення, освітлення, посуду, оригінальних страв, а ще й щодо залучення кращих постачальників квітів, фотографів, музики з живим звуком, відомих співаків, груп танцюристів та ін. Все це мати власне, та ще й на високому рівні, не під силу жодному ресторану в світі. Вихід було знайдено шляхом створення *кліткових структур*.

Кліткова структура заснована на домовленості всіх учасників надати *найкращі* послуги. Причому кожний з учасників оригінальної послуги може на свій розсуд надавати свої послуги іншим ресторанам чи організаціям.

Таким чином, ресторану не потрібно розвивати кожний напрямок послуги до рівня найкращого, а це значить, що він не залучає додаткових інвестиційних коштів. Його завдання – відібрати із всіх хороших *найкращих*.

Кожний з учасників кліткової структури, надаючи оригінальну послугу, має сам турбуватися про підтримку свого рівня; він знає, що в разі втрати рівня послуги його не запросять бути учасником такої кліткової мережі, і він втратить свій сегмент ринку.

Наступні кроки зміни структур управління в майбутньому можливі на основі *злиття елементів кліткових та мережеских структур*.

Глобалізація ринків та використання глобальних інформаційних комп'ютерних систем привели до появи абсолютно нових структур управління – *віртуальних структур*.

Віртуальні організації є мережею ділової співпраці, що включає основний бізнес даної організації, її зовнішнє оточення (постачальників, споживачів і т. д.), функціонування яких координується і об'єднується за допомогою сучасних інформаційних технологій і засобів телекомунікації.

З'явилися *«віртуальні колективи»*, які формуються в міру виникнення необхідності в створенні певної вартості для задоволення специфічних потреб. При цьому не виникає фізичного колективу як організації, а відбувається лише об'єднання особливих здібностей в єдину систему, яка виявляється здатною створити необхідну вартість [4].

Концепція віртуальної організації створює принципово нові можливості для бізнесу і, очевидно, широко використовуватиметься в XXI столітті.



Особливості в управлінні персоналом. Новітнім напрямком в управлінні персоналом і створенні структур управління є *неформальні* структури [7].

Вони засновані на використанні можливостей кожного з працівників організації, включаючи його власні цілі та інтереси, його ментальні і когнітивні можливості, емоційний стан та методи управління керівника.

Запропоновані моделі емоційного інтелекту включають такі ментальні здібності: усвідомлена регуляція своїх емоцій і емоцій інших людей (невербальне сприйняття); розуміння (осмислення) емоцій своїх і емоцій інших людей; асиміляція емоцій в мисленні; розпізнання і прояв емоцій; використання емоцій в мисленні і управлінській діяльності.

Все це забезпечує гнучке планування, творче мислення, переорієнтацію уваги і особливу мотивацію.

До моделей цього класу відноситься модель Д. Гоулмана, яка подає емоційний інтелект як поєднання когнітивних здібностей і особових характеристик. Вона включає чотири компоненти: *самосвідомість, самоконтроль, соціальне розуміння і управління взаємовідносинами.*

Ці компоненти можуть сприяти створенню *позитивного* організаційного клімату або *негативного.*

Стилі управління керівника. Відомі стилі управління, що створюють позитивний клімат, їх називають *резонансними*, і ті, що створюють негативний вплив, їх називають *дисонансними.*

До резонансних стилів управління відносяться *ідеалістичний, повчальний, товариський, демократичний.*

Найкращим з них є *ідеалістичний стиль.* При використанні ідеалістичного стилю керівник повинен виступати в ролі *оптиміста і мрійника.* Він генерує нові ідеї, заряджає своєю енергією творчих працівників, а через них увесь колектив, надихає їх усвідомити завдання, допомагає їм визначити своє місце в досягненні мети.

Для застосування цього стилю управління рекомендується керівнику культивувати такі характеристики емоційного інтелекту: *натхнення, відвертість в передачі інформації, щирість, чесність, упевненість в собі, співпереживання.* Це допомагає виконавцям долати внутрішні бар'єри і одночасно формує стійкий зворотний зв'язок в системі управління між цілями (планами), резонансом виконавців (організаційним кліматом), результатами і невирішеними проблемами.

До дисонансних стилів управління відносяться *амбітний та авторитарний* стилі управління.

Амбітний стиль управління заснований на сильних сторонах керівника і сильних сторонах персоналу організації (відмінні фахівці з розробки товарів, продажу, нових технологій). В основі цього стилю



лежить *правило бути першим, працювати швидше і якісніше*. Якщо керівник працює в такому високому темпі, він вимагає того ж і від своїх підлеглих. Це відмінна і сучасна стратегія, але працювати в такому темпі не кожному під силу: одні не справляються з таким темпом, інші починають хворіти, треті розчаровуються в такому керівнику і шукають собі більш поміркованого керівника.

Рекомендується керівникам цього стилю управління використовувати такі характеристики емоційного інтелекту: *прислухатися до думки інших (я почую кожного), постійно орієнтувати підлеглих до високих досягнень, пошуку нових способів підвищення продуктивності праці, виховувати в кожному працівникові високу особисту волю до перемоги (досягнення надрезультатів), формувати внутрішнє бажання відповідати більш високим стандартам якості*.

Авторитарний стиль управління заснований на *страхові*, і, в першу чергу, поширюється на своїх близьких і підлеглих. У підлеглих цей стиль породжує *страх, потайність, брехню і небажання спілкуватися* зі своїм керівником. Такий стиль часто *деморалізує колектив, вбиває волю, знижує моральний дух і продуктивність праці*.

Основними характеристиками авторитарного стилю управління є емоційні характеристики: *персифікований страх, довга дистанція з підлеглими, нестриманість у гніві, неприязнь і презирство до підлеглих, особиста впливовість керівника, прагнення до отримання високого і швидкого результату*.

На вибір стилю управління керівника в значній мірі впливає його місце в ієрархічній структурі управління. Так, президент, ректор, директор знаходяться на верхній сходинці управління, і вони за видом діяльності і ієрархічним станом далекі від виконавців на оперативному рівні. Їх стиль управління повинен сприяти досягненню результатів організації і створювати корпоративний дух організації в цілому.

Спеціалісти з менеджменту прийшли до висновку, що найбільш ефективним стилем управління керівника сьогодні визнано *авторитарний стиль* у поєднанні з *ідеалістичним стилем* управління, але керівникові, який використовує авторитарний стиль управління, рекомендується ширше використовувати елементи емоційного менеджменту, а саме особисту *ініціативу, самоконтроль і емпатію*.

Ініціативність авторитарного керівника потребує з його боку ретельно продумувати механізми вирішення завдань і мотивації в складних умовах (ручному управлінні), не чекаючи слушної нагоди.

Самоконтроль такий керівник використовує для *особистої самооцінки* своїх емоційних вчинків, доручень, манери триматися, говорити, слухати, стримувати свій гнів і дратівливість, або навпаки, посилити свою поведінку для проведення потрібних на його думку змін.



Емпатія – це здатність керівника формувати в себе відповідальність за результати роботи підлеглих і піклуватися про розкриття в них кращих якостей.

Останні три характеристики дозволяють керівнику організувати жорсткий негативний зворотний зв'язок у системі управління.

Прогнози майбутніх змін структур управління. Відомо, що вид структури управління в значній мірі відображає як економічний, так і соціальний стан суспільства. Сьогоднішнє суспільство втрачає пріоритети економічних і фінансових цінностей, а з втратою таких пріоритетів втрачається і пріоритетність управління в цих сферах.

Сьогодні важко визначити, які цінності обере суспільство в найближчому майбутньому. Можливо, це буде необмежена гра в смартфони, що стає наймоднішим напрямком серед молоді; можливо, це будуть ігри самих з собою; можливо, це буде щось інше, але все більше стає прозоро те, що матеріальні цінності втрачають свою пріоритетність для більшості обмежених у матеріальних можливостях людей. Світ катастрофічно розділяється на успішних (багатих) і неуспішних (бідних). Але не можна зробити однозначний прогноз, хто з них агресивніший і страшніший для суспільства: чи голодний, який стає на шлях крадіжки, вбивства або обману; чи ситий, який, знищуючи виробництво, відбирає можливість працювати, обкрадаючи не одного, а зразу багатьох на місцевому, регіональному чи державному рівні. Прикладів багато і не помітити їх неможливо.

Відношення до інновацій. Ще на початку ХХ століття російський економіст М. Кіндратієв підтвердив циклічний характер розвитку країн світу. Одні і ті ж країни в різні часи зазнають економічних підйомів і спадів. За такими ж циклічними законами розвиваються галузі і підприємства.

М. Кіндратієв довів, що *спади* виникають у результаті впливу зовнішнього середовища, тобто конкуренції ринку. Ознаки змін слід виявляти заздалегідь, і протистояти їм можна заздалегідь розробленими заходами. А от *підйоми* настануть тільки в тому випадку, коли організація знайде *щось нове, інноваційне*, і стане слідувати впровадженню цього нового; копіювання методів управління країн, які знаходяться на підйомі, іншими країнами, які знаходяться на спаді, ні до чого хорошого не приводить. Їх повторювати немає ніякого сенсу, оскільки умови кожної країни чи бізнесу оригінальні і вимагають індивідуального підходу.

Змінилося поняття організації. Із швидкими змінами ринкових відносин змінилося саме поняття організації. Підприємство, суспільство, сім'я для довгострокового виживання завжди рухались до стабільного стану. Стабільність завжди була тим ідеалом, який їх підтримував і зберігав. У теперішніх умовах вижити може тільки та



організація, яка якнайшвидше буде перебудовуватися і пристосовуватися до змін зовнішнього середовища.

Іншими словами, організація, яка залишається стабільною, приречена на вимирання, покращити свої позиції на ринку можливо тільки за рахунок використання *гнучкої стратегії і інновацій*.

Сучасна організація повинна бути орієнтована на систематичну відмову від будь-якої закоренілої звички, від шаблонів, від всього того, до чого люди вже звикли: найкращих товарів, найуспішніших послуг, високоякісного сервісу, набору знань, відмінних стосунків з людьми і колегами. Іншими словами, організація має бути *готовою до постійних змін*.

При такому підході змінюється і менеджмент організації: він повинен бути націлений *на використання знань* в організації для реалізації мети організації, *вкладення знань* в засоби виробництва, інструменти і процес створення товару чи послуг, а найголовніше – *збільшення знань* самої організації.

Ставлення до знань у сучасній організації. Знання – найбільш швидкопсувний товар. Знання розтікаються дуже швидко. Вимоги до оновлення знань постійно прискорюються. Наприклад, у 20–40-х роках ХХ століття людина, яка мала 3–4 класи освіти, могла працювати на хорошій посаді; додатково вчитися потреби не було. В 50–70-ті роки, щоб обіймати хорошу посаду, потрібно було мати середню або вищу освіту. Сьогодні ж для цього необхідно перекваліфікуватися кожні 4–5 років. У майбутньому цей термін буде тільки скорочуватися.

Колесо люди винайшли за 3000 років до нашої ери. Паралельно два колеса поставили ще за часів Римської імперії, а от послідовно – тільки в 1780 році нашої ери. Термін винаходу велосипеда затягнувся на 4780 років. Минуло 400 років опісля винаходу Леонардо да Вінчі до промислового виробництва підводного човна. Виробництво ракет розпочалося через 70 років опісля винаходу К. Цюлковського. Знадобилось менше 20 років, щоб виготовити атомну бомбу, 15 років – на серійне виготовлення комп'ютерів, 10 років – на впровадження телевізійних технологій, а мобільного зв'язку – ще менше.

Все це підкреслює ту думку, що процесом знань, їх пошуками і розвитком потрібно займатися дуже уважно. Процес пошуку і впровадження знань виявився дуже складним. Відомо чотири моделі створення знань:

Перша модель формулюється як перехід *«від вербального до невербального»*. Від того, хто знає до того, хто ще не знає. Це можливо тільки через висококваліфікованих спеціалістів, через їх бажання передавати знання тим, хто їх ще не має.

Менеджмент організації повинен взяти на себе зобов'язання по пошуку і виявленню таких людей, які здатні генерувати ідеї і нові



знання, бути готовими передавати їх іншим. Це складний пошук, тим більше, що глибокі знання мають тільки кваліфіковані спеціалісти в своїй сфері, і ділитися ними вони не поспішають. Менеджмент має взяти на себе зобов'язання гідно мотивувати працю таких спеціалістів.

Друга модель формулюється як «від точних знань до точних». Тільки висококваліфікований спеціаліст може комбінувати відоме і знаходити нове – невідоме. Такі комбінації ведуть до винаходів 1–2 рівнів (за 5-бальною шкалою).

Для організації такої роботи менеджмент організації повинен взяти на себе обов'язки забезпечити таких спеціалістів усім необхідним для їх роботи, тобто необхідним забезпеченням і не заважати цьому пошуку.

Третя модель основана на гіпотезі «від невербального до точного», тобто знання, які знаходяться на рівні інтуїтивних, у спеціаліста потрібно конвертувати в знання, які придатні для тиражування (до синергізму), і це призводить до винаходів 3–4 рівня.

Четверта модель заснована на гіпотезі «від точного до невербального», тобто спеціалісти передають знання більш широкому загалу, а від них – всім, кому вони потрібні в подальшій роботі.

Такий процес використання чотирьох моделей пошуку і впровадження знань в теоретичному та практичному менеджменті називають *спіраллю знань*. Сучасна організація повинна мати структури, які могли б (були спроможні) виділити з хаосу діяльності нові ідеї і перетворити їх у нові знання. Такими структурними одиницями є інноваційні підрозділи зі створення товарів, технологій та управління, підрозділ стратегічного розвитку та маркетингу.

ВИСНОВКИ

На основі вищенаведеного можна прогнозувати такі напрямки в сучасному менеджменті:

1. Успіх сьогоднішньої організації в значній мірі залежить від вибору структури управління, методів управління персоналом і стилю управління керівника. Вони багатоваріантні. Найкращим вибором буде такий, який призводить до найвищої продуктивності праці за найменшого обсягу використання ресурсів.
2. Еволюція розвитку структур управління сучасних організацій знаходиться на рівні комплексного використання механічних, органістичних і неформальних структур управління.
3. Успішності організацій сприяє вибір методів управління персоналом, основою яких є посилення неформальних відносин між рядовим працівником і керівником, використання в управлінні елементів емоційного менеджменту, ще більше залучення виконавців усіх рівнів до управління організацією.
4. Рівень успіху організації в значній мірі залежить від стилю управління керівника. Найефективнішим стилем управління



сьогодні визнається поєднання авторитарного стилю управління з ідеалістичним, але керівникові, який використовує авторитарний стиль управління, рекомендується ширше впроваджувати елементи емоційного менеджменту, а саме особисту ініціативу, самоконтроль і емпатію.

5. Для економічного існування і успішним, і неуспішним організаціям зберегти, а тим більше покращити свої позиції на ринку можливо тільки за рахунок використання нових знань, гнучких стратегій, інноваційного розвитку та високого рівня культури персоналу підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Друкер Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке. Пер. с англ. / Питер Ф. Друкер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 272 с.
2. Латфуллин Г. Р. Основные тенденции и концепции управления на стыке веков / Г. Р. Латфуллин // Проблемы теории и практики управления. – 1998. – № 1.
3. Джеймс Л. Гибсон. Организации: поведение, структура, процессы / Джеймс Л. Гибсон, Джон Иванович, Эжемс Х. Доннелли. – М. : Инфра-М, 2000. – 660 с.
4. Слейтер Р. Стань лучшим или проиграешь! 31 секрет лидерства от Джека Уэлча, управляющего «Дженерал Электрик» / Р. Слейтер. – М. : Издательство «Лори», 2000. – 143 с.
5. Гоулман Д. Эмоциональное лидерство: искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта / Дэниел Гоулман, Ричард Бояцис, Энни Макки; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 301 с.
6. Задорожний І. С. Проектування систем менеджменту з використанням елементів емоційного інтелекту / Задорожний І. С., Задорожний В. І., Старовойтенко Н. В. // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія: Економічні науки. – Випуск 24, частина 1. – Черкаси, ЧДТУ, 2009. – С. 158–164.

Дата надходження до редакції – 04.03.2013 р.

УДК 159.922

*Козловська С. Г.,
Падурець Г. І.,
Чудаєва І. Б.¹*

ЕМОЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ТА ЛІДЕРСТВО

У статті розглянута доцільність використання компетентнісного підходу для оцінки емоційної компетентності менеджера. На основі аналізу стандартних методик запропоновано модернізований опитувальник для оцінки лідерської компетентності менеджера та визначено його коефіцієнт надійності.

Ключові слова: *компетенція, компетентність, емоційна компетентність, резонансний лідер, лідерська компетентність менеджера, емоційна компетентність менеджера.*

¹ Рецензент – Яремко Л. А., д. е. н., професор



ВСТУП

Сьогодні не викликає сумніву той факт, що емоційний стан керівника та підлеглих впливає на психологічний клімат у колективі і тим самим на ефективність роботи організації в цілому. З цих позицій важливу роль в управлінні персоналом відіграє новий клас менеджерів, які володіють емоційною компетентністю. Підвищення рівня емоційної компетентності менеджерів є актуальним не тільки для професійного становлення, а й для особистого розвитку.

Термін «емоційна компетентність» був введений Д. Гоулманом наряду з терміном «емоційний інтелект». Менеджери, які володіють високим рівнем емоційної компетентності, не тільки уміють використовувати емоційний інтелект, але мотивовані бажанням влади, уміють швидко адаптуватися до змін обставин, володіють внутрішньою допитливістю, вмінням передчувати зміни, бажанням вдосконалювати свої можливості і наполегливо працювати, тобто бути справжніми лідерами. Тому поєднання лідерських якостей та емоційного інтелекту, що характеризує емоційну компетентність, стає актуальною проблемою для подальшої теоретичної розробки відповідно до української дійсності.

Виходячи із новизни поняття «емоційна компетентність», виникає потреба в діагностуванні емоційної сфери працівників, що вимагає розробки надійних і в той же час простих у використанні діагностичних інструментів, особливо для керівників.

Аналізуючи останні наукові публікації, які стосуються понять «компетенція», «компетентність», «емоційна компетентність», необхідно відмітити, що дослідження цих понять компетентнісного підходу поки ще далекі від свого завершення. Зокрема, серед вчених немає однозначного погляду на зміст понять «компетенція» та «компетентність» та чіткого уявлення про їх співвідношення.

Найбільш повно обґрунтовано доцільність використання компетентнісного підходу для підготовки фахівців у будь-якій сфері діяльності в роботах [1, 2]. Не вдаючись в теоретичні дискусії компетентнісного підходу, зауважимо, що узагальнююче поняття компетентності можна визначити таким чином. Компетентність – сукупність знань, умінь, навичок, розумінь та бажань по відношенню до певного кола об'єктів реальної дійсності, що забезпечує професійну діяльність на високому рівні і досягнення певного результату.

Ще більш невизначеним є поняття «емоційна компетентність» особливо для менеджерів всіх рангів. Характерною особливістю останніх публікацій про «емоційну компетентність» є те, що це інтегральна характеристика, яка базується на використанні ключових компетенцій емоційного інтелекту [3], а також інших якостей, які притаманні лідерській компетенції керівників [4, 5].



Учені, які вивчають теорію лідерства, провели безліч досліджень на тему, які ключові риси особистості роблять людину ефективним лідером. Цікавим є підхід до біології лідерства, який розглядається в роботі [6], де серед інших властивостей лідерства окремо виділяються такі інструменти, як інтуїція, гумор, резонанс. З'явився новий термін «резонансний лідер», ефективність якого визначається рівнем емоційного інтелекту та здатністю створити сприятливий морально-психологічний клімат у колективі [7, 8]. Поведінка та настрої резонансного лідера впливають на силу його емоцій, які надихають підлеглих на творчість, покращують продуктивність праці, пробуджують високі почуття відданості справі. Автори наводять такий приклад впливу емоцій лідера на результат роботи підлеглих. Досліджувалось дві групи: перша група отримувала негативні відгуки щодо власної роботи з позитивними емоціями – усмішками та дружнім киванням голови; а друга – позитивні відгуки в критичній формі з нахмуреними бровами та «кислим» виразом обличчя. В подальшому було визначено, що емоційний стан учасників першої групи був кращим, ніж учасників другої. Таким чином, упаковка повідомлення важливіша за його зміст, що є ознакою резонансного лідера. Уміння викликати резонанс – ознака лідерів, які володіють високим рівнем емоційного інтелекту та іншими ознаками лідерської компетенції керівника.

Підсумовуючи результати досліджень за цією проблематикою, в загальному вигляді термін «емоційна компетентність» можна представити таким чином:

$$\text{емоційна компетентність} = \text{емоційний інтелект} + \text{лідерська компетентність.}$$

Наступним кроком у дослідженні емоційної компетентності є питання про те, як його виміряти з використання надійних і в той же час простих у використанні діагностичних інструментів. Якщо результати досліджень емоційного інтелекту для менеджерів [3] дозволили розробити методику психодіагностичного тестування, то діагностика лідерської компетенції ускладнена дуже широким спектром характеристик, якими повинні володіти ефективні лідери, наявністю безлічі психодіагностичних методик, які не дозволяють їх використовувати у виробничих умовах, а тим більше співставляти одержані результати.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даного дослідження є розробка опитувальника для визначення лідерської компетентності керівників, що в сумі з опитувальником емоційного інтелекту дозволить оцінити емоційну



компетентність. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких задач:

- розробка концепції емоційної компетенції менеджерів;
- модернізація психодіагностичної методики для визначення лідерської компетенції;
- кореляційні дослідження емоційного інтелекту менеджерів та лідерської компетенції керівників;
- дослідження надійності запропонованої методики визначення лідерської компетенції менеджера, а також методики по оцінці емоційних компетенцій менеджера.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Базуючись на сучасних підходах до лідерської компетенції, були визначені найбільш вагомими елементи лідерства, які необхідно враховувати для визначення емоційної компетентності менеджерів. Статистичні дослідження полягали в тому, щоб виділити із безлічі характеристик лідерської компетентності ті, які не входять в емоційний інтелект менеджера [3], і в той же час є найбільш важливими. Опитування проводилось серед топ-менеджерів, які досягли вагомих результатів в управлінні персоналом, а також серед студентів старших курсів спеціальності «Менеджмент». На вибір мінімального набору елементів лідерської компетенції також вплинуло наявність тих чи інших стандартних психодіагностичних методик, зручних для використання у виробничих умовах.

Результати досліджень дозволили запропонувати концептуальну модель емоційної компетенції, схема якої представлена на рисунку 1.

Зазвичай у психодіагностиці використовують стандартні методики, які пропонують, з одного боку, єдину процедуру проведення, а з іншого – включають переведення «сирих» початкових результатів тестування в стандартну шкалу тестових балів. Це передбачає наявність у досліджуваних кваліметричної компетенції, що не завжди спостерігається в реальності. Труднощі виникають також при співставленні підсумкових результатів, оскільки стандартні методики мають різні шкали оцінювання.



Рис. 1. Ключові елементи емоційної компетентності сучасних керівників (власна розробка)

**ОПИТУВАЛЬНИК
«ЛІДЕРСЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МЕНЕДЖЕРА»**
(власна розробка)

Уважно прочитайте наведені твердження, запитання і поставте з правої сторони від кожного твердження один знак «√», що відповідає вашій відповіді в колонках «Так», «Ні» або «Інколи».

№ п/п	Твердження, запитання	Так	Ні	Інколи	Бал
1.	Я за повну гласність в команді	√			5,0
2.	Коли мені потрібна важлива інформація, я роблю виключення із загальних правил	√			2,0
3.	Я вважаю харизму найважливішою зброєю лідера			√	1,0
4.	Члени трудових колективів повинні самі вибирати керівників	√			5,0
5.	Чи відчуваєте ви хвилювання при зустрічі з впливовою особою?	√			0,5
6.	Чи складаєте ви план роботи на тиждень?		√		0,5



7.	Справжні лідери завжди знають що робити			√	1,0
8.	Чи умієте ви у професійній дискусії залучити на свою сторону тих, хто раніше з усім був не згодний?			√	1,0
9.	Чи має значення зовнішність для мого висування в лідери?		√		0,5
10.	Я прагну того, щоб мої співробітники працювали більше за мене		√		5,0
11.	Я можу спокійно вислухати до кінця думку, з якою категорично не згоден		√		0,5
12.	Я поведжуся однаково зі всіма, оскільки хочу, щоб мене вважали справедливим	√			0,5
13.	Чи умієте ви з гумором виходити з конкретних ситуацій?			√	2,0
14.	Якщо ви пообіцяли виконати прохання, чи завжди дотримаєте своєї обіцянки?	√			5,0
15.	Чи вважаєте ви справедливим твердження: «Щоб сімейне життя було вдалим, необхідно, щоб важливі рішення приймалися одним із подружжя»?	√			5,0
16.	Чи цікавитесь ви фінансовим станом фірми, навіть якщо це не входить у ваші прямі обов'язки?			√	3,0
17.	Чи часто ви берете участь у неофіційних заходах фірми?		√		1,0
18.	Чи вважаєте ви за краще працювати з людьми норовливими на протипагу покірним людям?		√		0,5
19.	Знаходячись на зборах людей, рівних вам за службовим становищем, чи відчуваєте ви небажання висловити свою думку, навіть якщо це необхідно?	√			0,5
20.	У мене є здатність організовувати людей			√	3,0
21.	Чи втрачали ви інколи холоднокрівність у розмові з людьми?	√			0,5
22.	Я можу працювати з будь-якого роду людьми, якщо вони вміють щось важливе внести в роботу			√	3,0
23.	Чи траплялося вам за особистою ініціативою займатися організацією робочих груп (спортивних, розважальних і т. п.)?		√		0,5
24.	Чи знаєте ви цілі і задачі інших членів вашої команди?			√	3,0
25.	Чи погоджуєтесь ви з твердженням: «Все найкорисніше в світі є творінням невеликого числа видатних особистостей»?	√			5,0
26.	Вам належить виступати з доповіддю. Чи надаєте ви значення не тільки змісту доповіді, а і її тривалості?	√			5,0
27.	Чи часто ви буваєте в центрі уваги оточуючих?			√	1,0
28.	Мене все цікавить з першого погляду	√			5,0
29.	У своєму житті і у взаємодії з іншими я намагаюсь слідувати загальнолюдській етиці	√			5,0



30.	Коли я берусь до справи, то маю намір довести її до кінця	√			5,0
31.	Я відчуваю себе людиною команди і володію високою комунікативною культурою			√	3,0
32.	Заради справи я готовий пожертвувати задоволенням	√			5,0
33.	Коли я починаю діяти, то ясно уявляю собі кінцеву мету і можу організувати людей для її досягнення	√			5,0
34.	Чи легко вам обговорювати з керівництвом особисте підвищення в посаді або оплаті?		√		0,5
35.	Я добре розумію місію організації, вірю в неї і підтримую	√			5,0
					Σ = 93

ОЦІНКА РЕЗУЛЬТАТІВ ТЕСТУВАННЯ

Проводять підрахунок балів по кожній відповіді згідно таблиці 1 і результати заносять в останню колонку опитувальника.

Таблиця 1

Відповідь	№ запитання, твердження											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Так	5,0	2,0	0,5	5,0	0,5	5,0	0,5	5,0	5,0	0,5	5,0	0,5
Ні	0,5	0,5	5,0	0,5	5,0	0,5	5,0	0,5	0,5	5,0	0,5	5,0
Інколи	2,0	5,0	1,0	2,0	1,0	2,0	1,0	1,0	3,0	1,0	2,0	1,0

Відповідь	№ запитання, твердження											
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Так	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	0,5	5,0	0,5	5,0	5,0	5,0
Ні	0,5	0,5	0,5	1,0	1,0	0,5	5,0	0,5	5,0	0,5	0,5	1,0
Інколи	2,0	2,0	1,0	3,0	3,0	1,0	1,0	3,0	1,0	3,0	1,0	3,0

Відповідь	№ запитання, твердження											
	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	
Так	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	
Ні	0,5	0,5	0,5	0,5	1,0	0,5	1,0	0,5	1,0	0,5	1,0	
Інколи	1,0	2,0	1,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	

Оцінку лідерської компетентності менеджера (ЛКМ) визначають за формулою:

$$ЛКМ = \frac{\Sigma}{35}, \quad (1),$$

де Σ – сума балів за всі відповіді досліджуваного.



Конкретний приклад досліджуваного показує, що його рівень лідерської компетентності дорівнює $LKM = \frac{93}{35} = 2,66$.

Загальну оцінку емоційної компетенції менеджера (ЕКМ) згідно запропонованої моделі можна визначити за формулою:

$$ЕКМ = \frac{EIM + LKM}{2}, \quad (2),$$

де EIM – рівень емоційного інтелекту менеджера, який визначається за формулою [3]:

$$EIM = \sum_{i=1}^n m_i \cdot E_i, \quad (3),$$

де m_i – коефіцієнт вагомості кожної емоційної компетенції;

E_i – рівень емоційної компетенції досліджуваного;

$n = 8$ – кількість емоційних компетенцій.

Коефіцієнти вагомості кожної емоційної компетенції (m_i) визначали на основі кореляційних досліджень між рівнем лідерської компетенції та відповідним рівнем емоційної компетенції досліджуваного. Спочатку було проведено опитування досліджуваних (30 осіб) для визначення рівня емоційного інтелекту із застосуванням методики, розробленої в [3]. Потім було проведено тестування для визначення лідерської компетенції згідно запропонованого опитувальника. У подальшому були обчислені коефіцієнти кореляції, а також відповідні коефіцієнти вагомості. В експериментах брали участь як провідні викладачі Східноєвропейського університету економіки і менеджменту, так і студенти старших курсів спеціальності «Менеджмент», а також менеджери виробничих об'єднань. Підсумкові результати досліджень представлені в таблиці 2.

Таблиця 2

Результати психодіагностичних та кореляційних досліджень (власна розробка)

№ п/п	Посада	Стать	Вік	Глукість, Э1	Асертивність, Э2	Контроль імпульсивності, Э3	Незалежність, Э4	Оцінка дійсності, Э5	Соціальна відповідальність, Э6	Емпатія, Э7	Уміння вирішувати проблеми, Э8	ЛКМ
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Проректор	ч	55	3,6	1,8	1,8	2,0	4,5	2,5	4,8	2,4	3,2
2	Старший викладач	ж	35	2,4	4,0	2,6	3,0	4,5	3,1	4,1	4,1	3,8
3	Менеджер	ж	19	1,8	3,5	2,8	2,2	3,0	2,4	3,2	2,2	2,7
4	Менеджер	ж	21	3,4	3,8	2,4	3,0	3,2	1,0	2,0	3,8	2,8
5	Професор	ч	70	1,9	2,8	2,2	2,4	4,0	1,8	4,8	4,3	3,1



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
6	Менеджер	ч	22	3,2	3,5	2,1	3,0	3,6	2,4	4,5	4,0	2,9
7	Менеджер	ч	20	2,3	4,6	1,2	3,6	3,6	1,9	3,7	2,4	2,8
8	Старший викладач	ж	45	2,4	3,2	2,1	2,2	3,3	1,4	3,2	2,8	2,3
9	Менеджер	ч	21	2,5	4,0	1,8	2,6	3,6	3,6	4,3	3,6	3,0
10	Викладач	ж	46	2,0	3,8	2,6	2,8	4,1	3,2	4,6	3,4	2,9
11	Головний спеціаліст	ж	52	2,4	4,1	2,6	4,5	3,2	3,2	3,6	3,1	2,9
12	Менеджер	ж	25	3,2	4,5	3,5	5,0	3,4	4,0	3,6	4,0	3,8
13	Менеджер	ч	21	2,4	4,4	3,6	4,0	3,4	4,1	4,6	4,0	3,8
14	Генеральний директор	ч	39	3,6	4,2	2,2	3,6	4,0	3,5	3,5	2,2	3,4
15	Начальник відділу	ж	35	3,2	4,1	3,5	4,0	4,0	0,6	4,0	5,0	3,3
16	Менеджер	ж	21	1,8	3,5	3,0	4,0	3,0	2,1	3,5	4,0	2,9
17	Менеджер	ж	21	2,8	3,0	3,1	2,6	4,0	2,6	3,2	3,0	2,6
18	Головний інженер	ч	23	3,9	4,1	4,0	3,2	2,5	1,8	3,6	5,0	3,3
19	Менеджер	ж	21	3,1	3,1	3,0	3,1	2,5	1,9	4,1	3,1	3,0
20	Помічник ректора	ж	30	2,6	4,0	2,6	3,1	4,0	3,5	4,5	4,5	3,5
21	Менеджер	ч	21	2,6	1,9	3,1	2,6	3,1	2,8	2,8	1,4	2,1
22	Менеджер	ж	20	2,2	3,6	1,9	2,2	3,2	1,5	3,1	3,2	2,7
23	Заступник директора	ж	38	2,4	4,0	2,2	3,2	4,0	3,6	3,6	3,6	3,1
24	Менеджер	ч	21	2,8	3,1	1,9	4,0	3,5	1,9	3,6	4,0	3,3
25	Менеджер	ж	20	2,2	4,2	2,5	2,8	4,5	3,1	3,1	3,6	3,4
26	Завідувач кафедри	ч	34	2,4	4,2	2,6	3,4	4,5	2,8	4,5	3,6	3,1
27	Менеджер	ж	20	3,6	4,1	3,1	1,9	2,8	1,4	2,2	5,0	2,6
28	Викладач	ж	31	1,9	4,1	4,1	3,6	3,2	1,0	3,1	4,1	3,8
29	Начальник лабораторії	ж	38	2,0	3,5	3,1	2,8	4,0	2,6	3,5	3,6	3,4
30	Економіст	ж	20	2,4	4,1	2,8	3,1	2,6	2,8	3,1	4,0	3,4
Коефіцієнт кореляції				0,022	0,476	0,332	0,513	0,271	0,328	0,361	0,488	
Коефіцієнт вагомості, mi				0,01	0,17	0,12	0,18	0,10	0,12	0,13	0,17	

Подальші експериментальні дослідження дозволили визначити ретестову надійність запропонованої методики з оцінки лідерської компетентності менеджера, а також методик з оцінки емоційного інтелекту менеджера. Надійність методик визначали шляхом повторного опитування досліджуваних і розрахунком коефіцієнта надійності, який відповідав коефіцієнтам кореляції між результатами таких обстежень. Часовий інтервал між першим і другим дослідженням складав один місяць.

Результати визначення надійності запропонованих методик, які визначають точність психодіагностичних вимірювань, а також стійкість результатів до дії сторонніх випадкових фактів представлені в таблиці 3.



Таблиця 3

Результати визначення надійності методик тестування
(власна розробка)

Методика	Гнучкість, Э ₁	Асертивність, Э ₂	Контроль імпульсивності, Э ₃	Незалежність, Э ₄	Оцінка дійсності, Э ₅	Соціальна відповідальність, Э ₆	Емпатія, Э ₇	Уміння вирішувати проблеми, Э ₈	ЛКМ
Коефіцієнт надійності	0,38	0,70	0,69	0,54	0,57	0,69	0,58	0,57	0,83

Аналіз одержаних результатів показує, що надійність досліджуваних методик знаходиться на задовільному рівні, характерному для більшості використовуваних методик на практиці. Виключення становить надійність методики з визначення гнучкості, де коефіцієнт надійності дорівнює 0,38. Для з'ясування причин такої надійності були проаналізовані відповіді досліджуваних, які показали, що деякі питання опитувальника тлумачились неоднозначно, що привело до отриманих результатів. Тому деякі питання опитувальника були уточнені з більш конкретним формулюванням, що дозволить у подальшому підтвердити або спростувати правильність наших припущень.

ВИСНОВКИ

Наукова новизна представлених досліджень полягає в наступному:

- запропонована концептуальна модель емоційної компетентності менеджера, яка базується на інтегральному підході емоційного інтелекту менеджера та його лідерської компетентності;
- розроблена методика для оцінки рівня лідерської компетентності менеджера, яка включає спрощені відповіді досліджуваних та єдиною п'ятибальною шкалою оцінок, що дозволяє використовувати її у виробничих умовах;
- визначені вагові коефіцієнти емоційних компетенцій менеджера, які базуються на кореляційній залежності між кожною емоційною компетенцією досліджуваного та його лідерською компетентністю. Це дозволило кількісно визначити рівень емоційної компетентності менеджера;
- визначені коефіцієнти ретестової надійності запропонованих методик як емоційних компетенцій менеджера, так і лідерської компетентності.



Проведені дослідження емоційної компетентності менеджерів можуть стати відправним моментом для оцінки, відбору та створення ефективних управлінських команд, а також додатковим орієнтиром при розробці загальної концепції системи управління персоналом в організаціях.

Подальше накопичення емпіричного матеріалу по дослідженню емоційної компетентності менеджерів дозволить уточнити представлені результати, особливо у визначенні таких характеристик запропонованих методик, як надійність та валідність.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Головань М. С. Компетенція і компетентність: досвід теорії, теорія досвіду / М. С. Головань // Вища освіта України. – 2008. – № 3. – С. 23–30.
2. Боллобаш Н. М. Теоретичні засади формування професійної компетентності майбутніх економістів / Н. М. Боллобаш // Педагогіка. Наукові праці. – Випуск 99. – Том 112. – С. 88–95.
3. Козловська С. Г. Емоційний портрет менеджера / С. Г. Козловська, Г. І. Падурець, І. Б. Чудаєва // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент. – № 2 (12), 2012. – Черкаси : СУЕМ, 2012. – С. 141–156.
4. Холявчук П. Эмоциональный интеллект как ресурс руководителя / П. Холявчук // Управление персоналом – Украина. – 2009. – № 7. – С. 50–52.
5. Матійків І. М. Розвиток емоційної компетенції майбутніх фахівців професій типу «людина – людина»: психологічний аспект / І. М. Матійків // Lviv Polytechnic National University Institutional Repository. – <http://ena.lp.edu.ua>.
6. Гоулмен Д. Соціальний інтелект та біологія лідерства / Д. Гоулмен, Р. Бойатцис // <http://innovations.com/ua/ua/articles/mark/17153/>.
7. Гаврилюк А. М. Природа резонансного лідерства та якісні ознаки сучасного лідера-управлінця / А. М. Гаврилюк // <http://www.academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07gamslu.htm>.
8. Лугова В. М. Напрями розвитку лідерської компетентності керівників українських підприємств / В. М. Лугова, О. А. Єрмоленко // Проблеми економіки. – № 1. – 2012. – С. 64–67.
9. Аблязов Р. А. Командний менеджмент : навч. посіб. / Р. А. Аблязов, Г. І. Падурець, І. Б. Чудаєва; за редакцією Р. А. Аблязова. – К. : Видавничий дім «Професіонал», 2008. – 352 с.

Дата надходження до редакції – 04.04.2013 р.

УДК 338.331.621

Літинська В. А.¹

ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОЇ КАР'ЄРИ ПРАЦІВНИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто необхідність формування трудової кар'єри персоналу підприємства. Також докладно охарактеризовані складові процесу формування кар'єри: планування, контроль, оцінка, мотивація кар'єри працівника.

Ключові слова: кар'єра, персонал, підприємство, планування.

¹ Рецензент – Ведерніков М. Д., д. е. н., професор



ВСТУП

Функціонування підприємства залежить від ефективності використання трудового потенціалу його основних ресурсів, тобто трудових. Для цього підприємствам необхідно постійно здійснювати кар'єрний та професійний розвиток своїх працівників, адже це є одним з найважливіших факторів забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку, оновлення і зростання обсягів виробництва товарів чи надання послуг. Саме тому проблема формування кар'єри персоналу підприємства є актуальною та створює об'єктивну необхідність проведення відповідних наукових досліджень у даному напрямку.

Проблемами формування трудової кар'єри персоналу підприємства займається незначна кількість науковців. Це пов'язано з тим, що кар'єра працівника не є об'єктом активних досліджень. Різні аспекти цієї проблеми досліджують українські та зарубіжні вчені: Е. Адаменко, Н. Беляцький, М. Виноградський, В. Герасимчук, С. Карловець, А. Кибанов, Т. Кир'ян, О. Крушельницька, В. Петюх, М. Поваляєва, В. Савченко та ін. У працях вказаних науковців висвітлені теоретичні аспекти трудової кар'єри працівників на підприємстві, однак поки що проведені дослідження не дали вичерпних відповідей на актуальні питання щодо формування трудової кар'єри персоналу на підприємстві та чітко не визначені етапи даного процесу.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Завданнями дослідження є: визначення складових елементів процесу формування трудової кар'єри працівників підприємства, їх характеристика та зазначення особливостей кожного з них, визначення етапів формування кар'єри персоналу підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Прагнення людини реалізувати себе через професійні досягнення, формальним підтвердженням яких є кар'єрне просування, стає невичерпним джерелом активності в професійній діяльності. Діяльність людини в обраній професії є частиною життєвої стратегії, тобто індивідуальної організації і регулювання ходу життя згідно з цінностями особи. Розвиваючи свою професійну діяльність на основі життєвої стратегії, досягаючи визнання через кар'єру, людина відчуває задоволення, що підіймає її професійну діяльність на новий рівень, поглиблює трудову мотивацію, впливає на інші сфери життя особи. Соціальна оцінка професійної діяльності людини у вигляді кар'єрного просування, окрім визнання вже досягнутих успіхів, дозволяє особі розкрити в собі нові якості та здібності, пізнати і реалізувати себе на новому рівні. Таким чином, формування трудової кар'єри, задовольняючи потреби працівників у самоповазі і самореалізації, стає одним з найпотужніших чинників, що мотивує їх трудову діяльність.



Саме тому кар'єру працівника підприємства слід розглядати як швидке, успішне, прогресивне просування обраним трудовим (професійним) шляхом, що передбачає досягнення поваги, популярності, слави у своєму колі або матеріальної вигоди власними силами за рахунок максимального використання своїх здібностей, професійної майстерності та особистих якостей [1, с. 216].

Кар'єра працівників, врахування їх потенційних можливостей значною мірою визначається структурою управління на підприємстві, соціальними ієрархіями, організаційними формами використання працівника, а також морально-етичними нормами. Трудова кар'єра значною мірою залежить і від початкових кроків у трудовому житті працівника – від професійної орієнтації, оцінки особистих якостей і потенційних можливостей, рівня освіти, мотивації. Різноманітність факторів, їх комбінації відповідно до окремого працівника обумовлюють і різноманітність видів трудової кар'єри. Трудовий шлях окремого працівника включає періоди як росту, так і спаду.

Формування трудової кар'єри працівника підприємства передбачає планування, реалізацію і контроль кар'єри з боку підприємства та полягає в тому, щоб з моменту прийняття працівника на роботу і до моменту його звільнення організувати планомірне горизонтальне і вертикальне просування співробітника в системі службових посад [2, с. 198].

Що стосується планування кар'єри, то це є складова організаційного управління розвитком персоналу, яка передбачає визначення цілей розвитку працівника та шляхів їх досягнення, наукове обґрунтування раціонального віку і нормативних термінів обіймання посади з урахуванням побажань та якостей працівника.

Планування трудової кар'єри спрямоване на забезпечення зв'язку між професійними цілями персоналу і потребами службового просування відповідно до стратегії управління підприємством. Підвищення рівня професіоналізму, самоствердження працівників є важливим чинником вдосконалення роботи організації. Планування трудової кар'єри забезпечує подальший розвиток персоналу, професійно-кваліфікаційне просування працівників, їх перепідготовку. Все це потребує взаємозв'язку планування кар'єри з плануванням виробничої адаптації, атестації, професійного навчання кадрів тощо.

Планування та управління розвитком кар'єри вимагає від працівників та роботодавців певних зусиль і, разом з тим, дає обом сторонам ряд переваг, що спонукає керівників підприємств створювати системи управління розвитком кар'єри своїх співробітників (наприклад, модель партнерства з планування і розвитку кар'єри тощо).



Так, для співробітників переваги здійснення планування та управління розвитком кар'єри можуть бути сформульовані таким чином: потенційно вища міра задоволення від роботи на підприємстві, можливість професійного зростання та підвищення рівня життя; більш чітке бачення власних професійних перспектив та можливість планувати інші аспекти свого життя; цілеспрямована підготовка до майбутньої професійної діяльності; підвищення конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках праці.

Особистий план розвитку кар'єри працівника визначає професійні інтереси та методи їх реалізації, які погоджуються з керівником, у процесі чого перевіряється реальність планування кар'єри, відбувається залучення керівника до процесу розвитку кар'єри конкретного співробітника та заручення його підтримкою. Однак реалізація плану розвитку кар'єри залежить головним чином від самого працівника, оскільки успішність виконання посадових обов'язків за нормальних умов певною мірою гарантує службове зростання [3, с. 312].

Важливою складовою процесу управління розвитком кар'єри є оцінка досягнутого рівня розвитку. Вона може здійснюватися самим працівником, його керівником, службою управління персоналом. Оцінка здійснюється періодично з метою коригування плану, усунення перешкод для розвитку кар'єри.

Основою планування кар'єри є кар'єрограма, яка розробляється на 5–10 років та містить зобов'язання керівництва щодо просування працівника та зобов'язання працівника щодо підвищення рівня освіти, кваліфікації, професійної майстерності.

Не менше значення має і особисте, самостійне планування та реалізація кар'єри працівником. Це вимагає від нього постійної і серйозної роботи, що включає [1, с. 218]:

- 1) початкове формулювання і подальше постійне уточнення своїх професійних цілей;
- 2) визначення та оцінку своїх професійних нахилів та здібностей;
- 3) вибір професії з урахуванням, з одного боку, нахилів та здібностей, а з іншого боку – ситуації на ринку праці;
- 4) одержання хорошої базової освіти за обраною професією;
- 5) активний пошук підходящої роботи з наданням переваги перспективності перед надійністю чи вигідними стартовими умовами;
- 6) постійне відтворення і розвиток свого людського капіталу шляхом додаткової освіти та набуття цінного досвіду роботи, підтримання хорошої фізичної форми;
- 7) підготовку в усіх аспектах до переходу на наступну сходинку службової кар'єри, до отримання високооплачуваної та більш перспективної посади;



8) професійну мобільність, під якою слід розуміти здатність і готовність працівника за необхідності не лише змінити місце роботи, але й освоїти нову професію;

9) реальна оцінка своїх можливостей з часом для того, щоб залишатися корисним своїй організації і, відповідно, при бажанні мати оплачувану роботу і після досягнення пенсійного віку.

Таким чином, самостійне планування та реалізація власної кар'єри працівником має бути систематичним та безперервним процесом, ґрунтуватись на самооцінці своїх ділових якостей та спрямовуватись на досягнення сформованих цілей кар'єри. Ціль кар'єри в цьому контексті – це не просто певна посада, робота чи сфера діяльності, це, перш за все, потреба людини, задля задоволення якої вона прагне мати конкретну роботу, займати визначений щабель у ієрархічній системі посад тощо. З плином часу потреби людини змінюються, тому і цілі кар'єри постійно переглядаються під дією об'єктивних та суб'єктивних чинників.

Цілі людини при виборі кар'єри можуть бути дуже різними. Найчастіше це прагнення займатися таким видом діяльності або займати таку посаду, що відповідає самооцінці та дає моральне задоволення; робота, що має творчий характер, дає змогу досягти певної міри незалежності; робота, що добре оплачується або забезпечує можливість одночасно мати побічні доходи. Нерідко для людей важливі й такі цілі кар'єри, як можливість продовжувати активне навчання; робота в місцевості, природні умови якої сприятливо впливають на самопочуття, стан здоров'я та дають можливість організувати гарний відпочинок; робота або посада, які не перешкоджають особистому життю (дозволяють займатись вихованням дітей, мати хобі тощо) [4, с. 592].

У сучасній науковій літературі зазначено, що формування трудової кар'єри персоналу є вкрай необхідним для кожного підприємства, однак не існує чітко визначеного алгоритму формування кар'єри. Саме тому пропонується проводити формування кар'єри працівників з урахуванням таких основних її етапів протягом трудового життя:

1. Підготовчий етап (до 25 років). Цей етап передбачає отримання людиною середньої чи вищої освіти, професії. В цей період відбувається пошук такого виду діяльності, який би задовольняв потреби людини та відповідав її можливостям. Якщо така діяльність знайдена, то починається процес самоствердження працівника як особистості та реалізація професійних і особистих планів.

2. Етап становлення (25–30 років). На цьому етапі працівник освоює обрану професію, набуває необхідних навичок, досвіду, формується його кваліфікація, виникає потреба у незалежності,



турбота про добробут. У цьому віці створюються сім'ї, тому виникає необхідність отримувати вищі доходи.

3. Етап просування (30–45 років). Цей етап характеризується процесом росту кваліфікації, просуванням по службі, зростанням потреби в самоствердженні, досягненні вищого статусу та більшої незалежності. Все більше проявляється потреба у зростанні заробітної плати та турбота про добробут.

4. Етап збереження (45–60 років). Для цього етапу характерне закріплення здобутих результатів, досягнення найвищого рівня кваліфікації, знань, умінь, досвіду, майстерності, можливість підйому на нові службові сходинки та найповнішого творчого самовираження. На цьому етапі працівник зацікавлений у задоволенні таких своїх потреб, як підвищення рівня доходів, причому з урізноманітненням джерел їх отримання (участь у прибутку, в капіталі, купівля цінних паперів тощо).

5. Завершальний етап (60–65 років). На цьому етапі відбувається пошук заміни, передача знань, умінь молоді, підготовка до виходу на пенсію. Працівник зацікавлений у збереженні високого рівня оплати праці та прагне збільшити інші джерела доходів, які б замінили заробітну плату з виходом на пенсію.

6. Пенсійний етап (після 65 років). Кар'єра працівника в цій організації завершена, однак з'являються можливості для самореалізації в інших сферах людського життя.

Таким чином, на кожному з зазначених вище етапів трудової кар'єри працівник задовольняє різні потреби та керується різними мотивами, врахування яких важливе для процесу управління персоналом підприємства, зокрема, кар'єрою співробітників.

Дослідження ранніх проблем кар'єри у молодих менеджерів показують, що ті, хто частіше за інших зазнають відчуття тривожності, занепокоєння і пригніченості, зазвичай є жертвами «шоку від реальності». Справа в тому, що вони відчувають розрив між своїми уявленнями про організацію і тим, чим вона насправді є. Декілька чинників впливають на цей стан, і тому важливо, як для молодих фахівців, так і для їх керівників, уникати їх [5, с. 97].

1. Первинна ініціатива. Робота молодих менеджерів часто вимагає від них набагато менше від того, на що вони здатні. Звідси приходять відчуття неможливості продемонструвати повною мірою свої можливості. Це відбувається тому, що підприємець дуже старанно рекламував своє підприємство.

2. Первинна задоволеність роботою. Новачки-менеджери з вищою освітою часто вважають, що вони здатні виконувати роботу більш високого рівня, ніж та, на яку вони призначені. В результаті приходять розчарування та незадоволення.

3. Первинна оцінка виконання. Оцінка виконання – важливий управлінський обов'язок. Проте багато менеджерів недостатньо



підготовлені для її виконання, вони не знають, як оцінювати роботу своїх підлеглих.

Для ефективного формування кар'єри працівників необхідно використовувати програми і практику подолання ранніх проблем, пов'язаних з кар'єрою. Керівники, які бажають зберегти і розвинути молоді таланти, мають перед собою декілька альтернативних можливостей [4, с. 316]:

1. Реалістична попередня інформація про роботу. Один із способів уникнути нереалістичних очікувань біля новачків – дати їм об'єктивну інформацію в ході найму.

2. Ініціативне призначення. Керівники знов найнятих фахівців можуть заохочувати їх призначення найбільш важкі, по можливості, ділянки. Більшість керівників вважають за краще не ризикувати і просувати своїх підлеглих повільно, доручаючи їм завдання, що поступово ускладнюються, і лише після того, як вони продемонструють свої можливості.

3. «Присмачене» призначення як стала практика. Якщо робота, на яку призначений молодий менеджер, не вимагає сама по собі особливої ініціативи, тоді слід «присмачити» це призначення, надавши фахівцеві велику автономію, владу, відповідальність, дати можливість безпосередньо взаємодіяти з покупцями і клієнтами, дозволити самому впроваджувати свої ідеї.

4. Вимогливий керівник. Такі керівники підтримують у молодих розуміння того, що від них чекають, з одного боку, на високі результати, а з іншого, що не менш важливо, – показується готовність керівника завжди допомогти порадою або справою.

5. «Плоскість» в середині кар'єри. Цей момент припадає на фазу «збереження» кар'єри, коли просування йде досить повільно з двох причин. По-перше, чим ближче до вершини організаційної піраміди, тим менше місць, і навіть якщо менеджер може працювати на новому рівні, то немає вакансій. По-друге, вакансії можуть бути в наявності, але менеджер або втратив можливість, або бажання її займати.

ВИСНОВКИ

Таким чином, в управлінні персоналом велике значення мають питання, що пов'язані з дією на трудовий потенціал робітників в процесі їх роботи для досягнення високої продуктивності праці і розвитку робітника як особистості. Служба управління персоналом повинна вибрати такий тип кадрової політики, що дозволить працівнику рости професійно, тобто прагнути зробити кар'єру.

Формування кар'єри персоналу має на меті забезпечити взаємодію професійної та внутрішньоорганізаційної кар'єри, що передбачає вирішення конкретних завдань, серед яких такі: пов'язати цілі підприємства і конкретного працівника; планувати кар'єру



окремого працівника; забезпечити відкритість процесу управління кар'єрою; усувати ситуації, коли немає можливостей для подальшого розвитку та просування співробітників; формувати критерії службового та професійного зростання для конкретних кар'єрних рішень; визначати шляхи просування задля адекватного задоволення кількісних і якісних потреб підприємства в персоналі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Савченко В. А. Управління розвитком персоналу / В. А. Савченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 351 с.
2. Цыпкин Ю. А. Управление персоналом / Ю. А. Цыпкин, А. Н. Люкшинов. – М. : Мир, 2004. – 406 с. : ил.
3. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / [В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін.]; за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – К. : КНЕУ, 2005. – 398 с.
4. Десслер Гари. Управление персоналом : учеб. пособие / Гари Десслер; пер. с англ. Под общ. ред. И. М. Степнова. – М. : БИНОМ, 2004. – 799 с.
5. Беляцкий Н. П., Велесько С. Е., Ройш П. – Минск : ИП «Экоперспектива», 2000. – 320 с.
6. Виноградський М. Д. Управління персоналом. 2-ге видання : навч. посіб. / Виноградський М. Д., Виноградська А. М., Шкапова О. М. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.

Дата надходження до редакції – 21.03.2013 р.

УДК 334.72 (477):330.4

*Борвінко Е. В.,
Гордієнко В. О.¹*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІЛЬОВИХ ПРОГРАМ

У статті розглянуто теоретичні аспекти застосування програмно-цільового методу. Виявлено основні недоліки діючих цільових програм. Здійснено оцінку ефективності Програми протидії поширенню інфекційних соціально небезпечних хвороб у Дніпропетровській області на 2008–2012 роки шляхом застосування економіко-математичних методів. Запропоновано механізм аналізу ефективності цільових програм.

Ключові слова: програмно-цільовий метод (ПЦМ), цільова програма (ЦП), оціночні показники ЦП, економіко-математичні методи.

ВСТУП

Дослідження використання ПЦМ на регіональному рівні в Україні висвітило ряд істотних недоліків. Головні розпорядники коштів адаптують ПЦМ до традиційних методів планування й управління.

Перед формуванням програми не проводяться дослідження проблем і послідовності їх вирішення, а кошти виділяються не на

¹ Рецензент – Бабенко А. Г., д. е. н., професор



конкретну мету, а на певну структуру, яка вже використовує їх на свій власний розсуд. Важко погодитися із формулюванням мети, а покрокові завдання формуються формально, неконкретно, непрозоро. Нечітке визначення мети призводить до спотворення завдань, які ні до чого не ведуть і взагалі суперечать ідеології ПЦМ – фінансування цілі, а не установ.

Основою бюджетних реформ, які проводились у провідних країнах світу, виступали: середньострокове планування бюджету та спрямування фінансових ресурсів на кінцеві соціально значущі результати. Міжнародна практика довела успішність проведених реформ. Щороку місцевими бюджетами України затверджується значна кількість цільових програм (ЦП). Формування такої програми передбачає застосування методології програмно-цільового планування [1]. ПЦМ вимагають наявності чітко сформульованої мети, конкретно поставлених завдань та формування оціночних показників, зокрема: продукту, витрат, ефективності і якості [1–3].

Дослідження регіональних ЦП Дніпропетровської області виявило, що практично у всіх програмах забезпечена наявність тільки показника витрат, який формується від досягнутого рівня, спрямований на формальні заходи і системно не витікає з мети і завдань програми. Інших оціночних показників просто немає. В такому разі, яким чином буде проведена оцінка досягнення мети програми? Існує можливість спрямувати кошти не на реалізацію програми, а за іншим призначенням. Тому виникає необхідність використання дієвих методів щодо оцінки ефективності запровадження ЦП.

Тематиці управління бюджетом за ПЦМ присвячено ряд публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців [4–6]. Досвід проведення аудиту ЦП описує Вергейчик О. [4]. Плєскач В. Л. та Желябовський Ю. Г. [5] визначають теоретичні засади застосування ПЦМ, а Чугунов І. Я. та Запатріна І. В. [6] розглядають історію запровадження методу та його значення для розвитку бюджетної системи. Але аналіз оцінки практичного застосування методу при плануванні місцевих бюджетів в Україні наразі виступає відкритим питанням.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Визначення проблем, які ускладнюють демографічну ситуацію у Дніпропетровській області. Розробка методу оцінки ефективності ЦП із застосуванням економіко-математичних методів (ЕММ).

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасний стан процесу відтворення населення Дніпропетровської області можна охарактеризувати як демографічну кризу. Складна демографічна ситуація зумовлена багатьма чинниками, провідним серед яких є погіршення соціально-економічних умов.



У період 2007–2011 рр. чисельність населення зменшилась на 86,4 тис. осіб (2,5 %), у т. ч. міського – на 70,9 тис. (2,5 %), сільського – на 15,5 тис. (2,7 %) (табл. 1). Графічно зміна чисельності населення області представлена на рис. 1. Згідно побудованої на динаміці населення області моделі, з достовірністю 99,5 % кожен рік чисельність буде зменшуватись практично на 22 тис. осіб.

Таблиця 1

Чисельність населення Дніпропетровської області у період 2007–2011 рр. (абсолютні дані)

Рік	Населення, тис. осіб		
	усього	міське	сільське
2007	3422,9	2856,3	566,6
2008	3398,4	2836,2	562,2
2009	3374,2	2816,2	558,0
2010	3355,5	2801,3	554,2
2011	3336,5	2785,4	551,1
Темп зміни у 2011 р. до 2007 р. (%)	- 2,5	- 2,5	- 2,7

Джерело: [8]

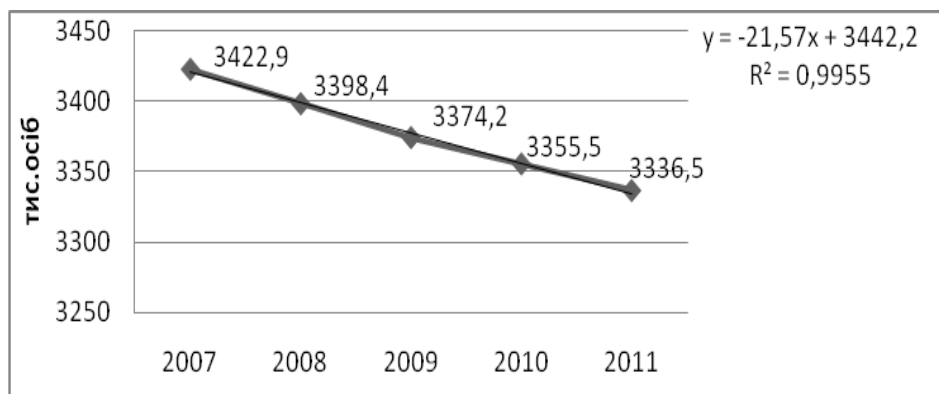


Рис. 1. Динаміка чисельності населення Дніпропетровської області у 2007–2011 рр.

Джерело: власна розробка

Віковий склад населення області у період 2007–2011 рр. представлено у табл. 2. Можливо констатувати, що спостерігається подальше старіння населення області. Частка осіб у віці, старшому за працездатний, у загальній чисельності населення у 2011 р. становила 25,2 % (рис. 2), що за шкалою ООН відповідає населенню з високим ступенем старості.

Старіння населення області веде до проблем з наповненням Пенсійного фонду, фінансова стабільність якого визначається, головним чином, співвідношенням між чисельністю пенсіонерів і платників пенсійних внесків, яке, у свою чергу, залежить від загальної економічної ситуації та від демографічних факторів.



Таблиця 2

Віковий склад населення Дніпропетровської області
у період 2007–2011 рр. (тис. чол.)

Рік	Постійне населення, тис. осіб,						
	Усього	у тому числі у віці:					
		Молодшому за працездатний	%	Працездатному	%	Старшому за працездатний	%
2007	3419,6	496,6	14,5	2084,7	61,0	837,3	24,5
2008	3395,1	487,9	14,4	2072,2	61,0	835,0	24,6
2009	3370,9	484,7	14,4	2052,9	60,9	833,3	24,7
2010	3352,2	484,6	14,5	2028,1	60,5	839,5	25,0
2011	3333,2	485,5	14,6	2005,7	60,2	842,0	25,2
Темп зміни показника у 2011 р. до 2007 р. (%)	-2,5	-2,2	0,3	-3,8	-1,3	0,6	2,9

Джерело: [8]

Співвідношення працездатних до непрацездатних складає 2,38, але якщо в економіці області є підстави сподіватися на подальше поліпшення ситуації, то демографічні прогнози на найближчі 40–50 років досить невтішні.

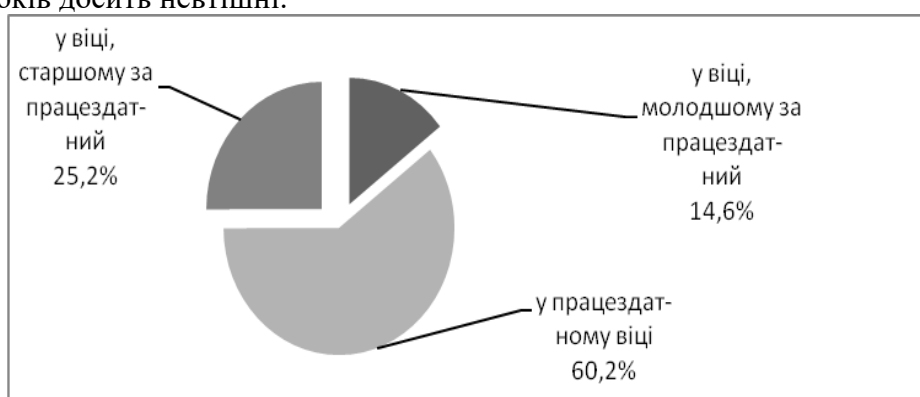


Рис. 2. Віковий склад населення Дніпропетровської області у 2011 році
Джерело: [8]

Аналізуючи демографічну ситуацію, слід зазначити, що протягом 2011 р. в області народилося 36 997 немовлят, що на 2495 більше, ніж у 2007 р. Показник народжуваності становив 10,6 на 1000 осіб населення. Протягом останніх років в області вдалося стабілізувати показник смертності на рівні 16,4 на 1000 осіб населення. Природний рух має від'ємний характер, а показник дорівнює -5,7 на 1000 осіб населення (у 2007 р. – -7,4) (табл. 3).



Таблиця 3

Природний рух населення Дніпропетровської області
у період 2007–2011 рр.

Рік	Кількість народжених, осіб	Показник народжуваності	Кількість померлих, осіб	Показник смертності	Природний приріст (скорочення) населення, осіб	Показник природного руху
2007	34502	10,1	59850	17,5	-25348	-7,4
2008	37383	11,0	59781	17,6	-22398	-6,6
2009	37309	11,1	54973	16,3	-17664	-5,2
2010	35593	10,6	54542	16,3	-18949	-5,7
2011	36997	11,1	52104	15,6	-15107	-4,5
Темп зміни показника у 2011 р. до 2007 р. (%)	7,2	10,0	-12,9	-10,7	-40,4	-38,9

Джерело: [8]

Основні причини смертності населення Дніпропетровської області у період 2007–2011 рр. представлено у таблиці 4.

Таблиця 4

Основні причини смертності населення Дніпропетровської області

Показник	2007	2008	2009	2010	2011
Хвороби системи кровообігу	37453	37767	35678	36788	35901
Новоутворення	7027	7110	6793	6753	6636
Зовнішні причини смерті	5519	5069	4076	3510	2789
Хвороби органів травлення	3671	3759	3102	2530	2246
Хвороби органів дихання	2164	1995	1665	1409	1160
Деякі інфекційні та паразитарні хвороби	2013	2209	2034	2006	2017
Усього, осіб	59850	59781	54973	54542	52104

Джерело: [8]

Структура загальної смертності населення області протягом останніх п'яти років зазнала незначних змін. Серед причин смерті перше місце посіли хвороби системи кровообігу (69,4 %), друге – злякисні новоутворення (12,7 %), третє – зовнішні причини смерті (нещасні випадки, травми, отруєння) (6,6 %) (рис. 3).

Аналіз статистичної інформації дозволяє зробити наступний висновок: серед причин смертності суттєве місце за вагомістю посідає смертність від інфекційних соціально небезпечних хвороб. Тому боротьбу з ними слід вважати проблемою, яку необхідно вирішувати негайно. Як відомо, найефективнішим методом вирішення проблем є застосування ПЦМ.

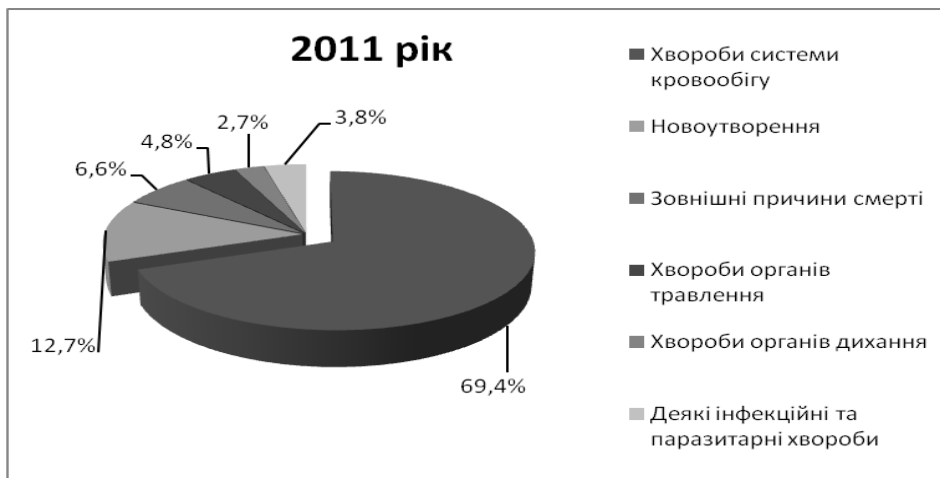


Рис. 3. Структура смертності населення області у 2010 році (%)
Джерело: [8]

Фінальною стадією впровадження ПЦМ є оцінка результативності впровадження цільової програми. Одним із можливих методів, який дозволяє оцінити результати впровадження цільової програми, є побудова ЕММ залежності показника якості від показника ресурсів. Основним показником якості у ЦП є кількість випадків захворювання і смертності від туберкульозу і СНІДу. Показником ресурсів є витрати на виконання ЦП протидії поширенню інфекційних соціально небезпечних хвороб у Дніпропетровській області. Гіпотеза, яка перевіряється, – кошти на виконання програми витрачаються ефективно у разі тісного позитивного зв'язку між витратами на програму і захворюваністю і смертністю від туберкульозу і СНІДу. Проблема вивчення взаємозв'язків економічних показників є однією з найважливіших в економічному аналізі і може бути реалізована за допомогою електронних таблиць EXCEL. Використані дані для розрахунків наведено у таблиці 5.

Таблиця 5

Дані для розрахунків

Витатки на ЦП, млн грн	Кількість хворих на туберкульоз і СНІД на 100 тис. населення	Смертність від туберкульозу і СНІДу на 100 тис. населення
47,9	96	27,8
41,5	98,1	28,9
44,3	97,1	28,6
39,2	96,2	28,3
38,4	95,2	28
37,4	94	27,7

Джерело: [7]



На основі наведених даних були побудовані дві ЕСМ, які характеризують зв'язок показників (рис. 4–5).

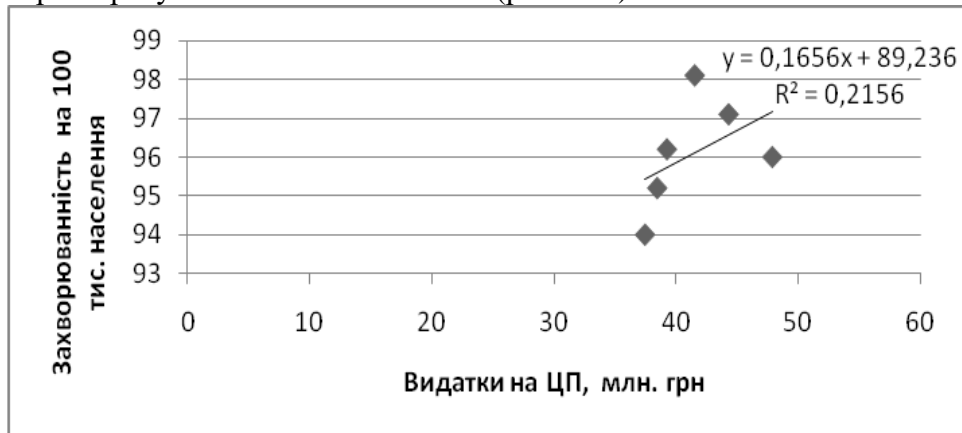


Рис. 4. Залежність захворюваності від видатків на ЦП

Джерело: власна розробка

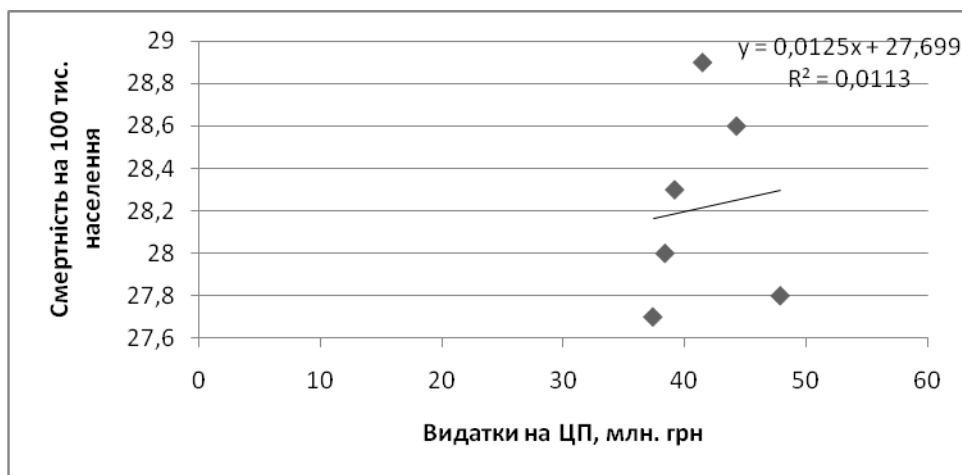


Рис. 5. Залежність смертності хворих від видатків на ЦП

Джерело: власна розробка

Оцінку параметрів моделей представлено в таблиці 6.

Таблиця 6

Оцінка параметрів моделей

Модель 1		Модель 2	
$a_1=0,1656$	$a_0=89,23$	$b_1=0,0125$	$b_0=27,69$
$Sa_1=0,16$	$Sa_0=6,57$	$Sb_1=0,058$	$Sb_0=2,43$
$R^2=0,215$	$S=1,42$	$R^2=0,011$	$S=0,52$
$F=1,099$	$df=4$	$F=0,0458$	$df=4$
$Ssreg=2,207$	$Ssresid=8,033$	$Ssreg=0,013$	$Ssresid=1,095$

Джерело: власна розробка



Адекватність моделей було перевірено за допомогою критерію Фішера. Порівнюючи табличне значення критерію з фактично отриманим, можна констатувати, що моделі неадекватні (при допустимій помилці 0,05). Для першої моделі $F_{\text{Табл}}=2,78 > F_{\text{Факт}}=1,099$. Для другої моделі $F_{\text{Табл}}=2,78 > F_{\text{Факт}}=0,046$. Можна зробити висновок про відсутність зв'язку між показниками, а також про неефективність ЦП протидії поширенню інфекційних соціально небезпечних хвороб у Дніпропетровській області. Головним чином це можливо пояснити дуже низьким рівнем фінансування ЦП.

Висновок про те, що виконання вищеназваної ЦП не досягло своєї мети – захворюваність на туберкульоз і СНІД не вдалося не лише подолати, а навіть стабілізувати, – було встановлено у результаті проведеного аудиту програми фінансовою інспекцією Дніпропетровської області [4]. У результаті проведеного аудиту було встановлено: основними проблемами, що не дають можливості скоротити кількість хворих та зменшити їх смертність, залишаються несвоєчасне виявлення захворювання, відсутність комплексної системи профілактики, стабільної диспансеризації населення, хоча наукові дослідження підтвердили: інфекційні соціально небезпечні хвороби піддаються повному виліковуванню, але за умови своєчасного виявлення та правильної тактики лікування. Таким же чином було подолано епідемію туберкульозу в Радянському Союзі у перед- та повоєнні роки. Обов'язкова повсюдна диспансеризація забезпечила виявлення туберкульозу на ранніх стадіях. Така стратегія дала можливість за відносно короткий час локалізувати епідемію та зменшити показники захворюваності навіть за умови обмеженості коштів.

ВИСНОВКИ

Використання рекомендованих показників не завжди робить можливим здійснення об'єктивної оцінки ефективності досягнення мети програми, що є наслідком суттєвого коливання економічних і соціальних показників у часі. В такому разі висновок буде залежати від того, на мінімум чи максимум коливання якісного показника прийдеться оцінка. Більш точну оцінку програми можливо здійснити за допомогою побудови економіко-математичної моделі зв'язку показника ЦП якості з показником витрат або продукту.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бюджетний Кодекс України : закон України // Голос України. – 2010. – 4 серпня. – № 143 (4893).
2. Про затвердження основних підходів до запровадження програмно-цільового методу складання та виконання місцевих бюджетів : наказ Міністерства фінансів України від 02.08.2010 р. № 805.
3. Про результативні показники бюджетної програми : наказ Міністерства фінансів України від 10.12.2010 р. № 1536.
4. Вергейчик О. Реалізація національної програми боротьби з туберкульозом у



Дніпропетровській області / О. Вергейчик // Державне управління та місцеве самоврядування : збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : Дніпропетровський регіональний інститут державного управління. – 2009. – Вип. 1 (1). – Режим доступу : http://whhttp://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2009-01/ 5. Плескач В. Л. Сучасні підходи щодо фінансового регулювання механізму реалізації цільових програм / В. Л. Плескач, Ю. Г. Желябовський // Фінанси України, 2009. – № 1. – С. 58–73. 6. Чугунов І. Я. Розвиток програмно-цільового методу планування бюджету / І. Я. Чугунов, І. В. Запатріна // Фінанси України. – 2008. – № 5. – С. 3–14. 7. Програма протидії поширенню інфекційних соціально небезпечних хвороб у Дніпропетровській області на 2008–2012 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dniprograda.gov.ua/ukr/> 8. Статистичний щорічник Дніпропетровської області за 2005–2011 роки / Дніпропетр. обл. упр. статистики. – Режим доступу : <http://www.dneprstat.gov.ua/>

Дата надходження до редакції – 14.03.2013 р.

УДК 339.1.003.13

Безпарточний М. Г.¹

РОЛЬ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ЗАДОВОЛЕННІ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ

Розглядаються проблеми формування платоспроможного попиту та задоволення потреб споживачів. Пропонуються механізми удосконалення взаємовідносин торговельних підприємств зі споживачами на ринку у контексті зниження платоспроможного попиту та зміни економічної кон'юнктури.

***Ключові слова:** торговельне підприємство, потреби, споживач, механізми, економічна кон'юнктура, споживчий ринок.*

ВСТУП

Споживач у ринковій системі є визначальним економічним елементом, на задоволення потреб якого концентрують власні зусилля різні суб'єкти господарювання, які функціонують на споживчому ринку. Необхідно зазначити, що важливе місце у ринковій системі господарювання займають торговельні підприємства, які є провідною ланкою та посередниками між товаровиробником і споживачем, а також сприяють доведенню продукції до кінцевого споживача. Під дією різних ринкових чинників потреби споживача постійно змінюються. Тому торговельним підприємствам необхідно постійно відстежувати потреби та запити споживачів, враховуючи їх платоспроможний попит. Відповідно до вищезазначеного, з метою забезпечення задоволення потреб споживачів на ринку та місця торговельних підприємств у цьому процесі виникає необхідність

¹ Рецензент – Березін О. В., д. е. н., професор



удосконалення механізмів та побудови ефективної моделі взаємовідносин між суб'єктами ринку.

Зазначена наукова проблема має щільний зв'язок з практичною діяльністю торговельних підприємств, які потребують удосконалення механізмів взаємовідносин між споживачами у контексті зростання потреб та зниження платоспроможного попиту, розробки оптимальної асортиментної стратегії, гнучкої цінової політики, програми якісного сервісного обслуговування та комунікаційної політики, що у цілому формує ефективну модель взаємовідносин.

В економічній літературі існують публікації, які присвячені дослідженню взаємовідносин торговельних підприємств зі споживачами на ринку, серед них чільне місце посідають роботи О. М. Азарян, Л. В. Балабанової, І. О. Бланка, О. В. Березіна, І. Г. Брітченко, Н. О. Власової, В. А. Гросул, Л. О. Лігоненко, А. А. Мазаракі, Н. Г. Міценко, А. А. Садекова, С. В. Скибінського, Н. М. Ушакової, Л. Н. Яцуна тощо.

Окремі аспекти щодо забезпечення задоволення потреб споживачів торговельними підприємствами розкриті нами у наукових джерелах, а саме: опрацювання асортиментної структури торговельних підприємств у зв'язку зі зниженням платоспроможного попиту та зміни економічної кон'юнктури через вплив фінансово-економічної кризи [1]; формування ефективної політики сервісу торговельних підприємств при обслуговуванні споживачів [2]; використання комплексу маркетингового забезпечення торговельними підприємствами при дослідженні потреб споживачів [3]. Крім того, при дослідженні процесів взаємовідносин торговельних підприємств зі споживачами нами враховано наукові підходи вчених щодо управління потребами та поведінкою споживачів [4], а також управління якістю обслуговування споживачів торговельними підприємствами [5].

На нашу думку, з наукової точки зору залишаються малодослідженими проблеми щодо поєднання підходів до виявлення потреб споживачів та господарської діяльності торговельних підприємств, а також формування ефективної моделі взаємовідносин між суб'єктами споживчого ринку на основі використання сучасних маркетингових інструментів.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є характеристика основних положень чинної нормативно-законодавчої бази, яка регламентує дотримання торговельними підприємствами необхідних норм щодо задоволення потреб споживачів та порядок захисту прав споживачів, дослідження запитів та потреб споживачів на ринку, враховуючи їх платоспроможний попит; оцінка стану торговельних підприємств на сучасному етапі їх функціонування та необхідність удосконалення



господарських процесів з метою більш повного задоволення зростаючих потреб споживачів; розробка ефективної моделі формування взаємовідносин між торговельними підприємствами та споживачами.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Відповідно до чинної нормативно-законодавчої бази України споживач під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізовується на території України, для задоволення власних потреб має право на державний захист своїх прав; належну якість продукції та обслуговування; безпеку продукції; необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також інформацію про її виробника [6].

Міжнародні норми щодо задоволення потреб у продукції і захисту прав споживачів гармонізовані чинною нормативно-законодавчою базою України, зокрема: Керівними принципами Організації Об'єднаних Націй для захисту інтересів споживачів (прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН у 1985 р. та розширених у 1999 р.), Хартією захисту прав споживачів (ухваленої Парламентською Асамблеєю Євросоюзу в 1973 р.), Хартією основних прав Європейського Союзу (2000 р.), Стратегією споживчої політики Європейського Союзу на 2007–2013 роки. Більшість міжнародних норм стосуються прав на задоволення основних потреб на товари масового опиту; права на безпеку від продуктів, шкідливих для здоров'я або життя; права на інформованість; права вибору та доступу до різноманітних товарів, які реалізуються за конкурентними цінами, а у випадку монопольної торгівлі – мати за справедливої ціни гарантію задовільної якості; права бути вислуханим; права на відшкодування (право на задоволення обґрунтованих претензій, тобто право отримувати компенсацію у випадку придбання неякісних товарів); права на споживчу освіту та ін.

Низка нормативно-законодавчих актів України стосується безпосередньо торговельних підприємств, спрямована на дотримання умов господарської діяльності та прямо впливає на забезпечення задоволення потреб споживачів, а саме: порядок приймання, зберігання, підготовки до продажу і продаж продовольчих і непродовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, а також визначає вимоги у дотриманні прав споживачів щодо якості й безпеки товару та рівня торговельного обслуговування [7, 8]; забезпечення споживачів торговельними площами та доступності до торговельних об'єктів [9] тощо.

Досліджуючи потреби споживачів на ринку, нами визначено, що суб'єкт керується низкою чинників при виборі того чи іншого товару. Відповідно формується типологія споживачів, моделювання їх поведінки на ринку. Виокремлюють наступні потреби споживача [4]:



– абсолютні потреби – абстрактні по відношенню до конкретних споживчих вартостей, виражають потенційну споживчу силу суспільства;

– дійсні потреби – мають відносний чинник та відображають потреби у реальних предметах, якими суспільство володіє та може володіти у перспективі;

– платоспроможні потреби – обмежені не лише наявною товарною масою, а також і рівнем грошових доходів та цінами на товари.

Торговельні підприємства мають ідентифікувати чинники, які впливають на формування потреб споживача. До них відносять: особистісні чинники; вплив сім'ї; психологічні чинники; персональний вплив; чинники ситуаційного впливу; культурні чинники; соціально-економічні чинники; політичні чинники; маркетинг-мікс виробника товару.

Протягом періоду часу запиту та уподобання споживача можуть змінюватися. Це пов'язано із набуттям сімейного статусу, отриманням освіти та опануванням майбутньої професії, зміною рівня платоспроможного попиту, отриманням певного соціального статусу, способом життя та ін.

У сучасних економічних умовах торговельні підприємства при дослідженні потреб і поведінки споживачів враховують спонукальні чинники – попит і пропозицію товарів, ціни, методи розподілу товарів, стимулювання збуту і рекламу, економічні індикатори країни, тенденції на ринку праці та динаміку грошових доходів споживачів, рівень заощадження; процес прийняття рішення щодо купівлі товарів споживачами (усвідомлення проблеми, пошук та оцінка інформації); реакцію споживачів (вибір товару, бренду, обсяг придбання). Але у більшості випадків для забезпечення формування товарних запасів та прогнозування показників господарської діяльності торговельні підприємства досліджують платоспроможний попит споживачів та чинники, що вплинули на його зміну.

Динаміка показників доходів, які формують платоспроможний попит споживачів в Україні, представлена у табл. 1. Як свідчать дані табл. 1, протягом досліджуваного періоду платоспроможний попит споживачів зростає; у 2011 р. доходи споживачів в Україні зросли на 15,0 % порівняно з 2010 р. У 2011 р. наявний дохід споживачів підвищився на 16,6 % порівняно з 2010 р., а у розрахунку на одну особу – на 17,1 %. Негативною тенденцією є зниження наявного реального доходу споживачів у 2011 р. на 9,1 % у порівнянні з 2010 р.

Основним показником формування платоспроможного попиту споживачів є заробітна плата. Динаміка зміни середньомісячної заробітної плати в Україні представлена на рис. 1.



Таблиця 1

Показники доходів споживачів в Україні у 2007–2011 рр. [10]

Показники	Роки:					Відхилення, 2011 р. у % до 2010 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	
Доходи, всього, млн грн	623289	845641	894286	1101175	1266753	15,0
Наявний дохід, млн. грн	470953	634493	661915	847949	988983	16,6
Наявний дохід у розрахунку на одну особу, грн	10126,0	13716,3	14372,8	18485,6	21637,9	17,1
Реальний наявний дохід, у % до відповідного періоду попереднього року	114,8	107,6	90,0	117,1	108,0	-9,1

Виходячи із наведених на рис. 1 даних, спостерігаємо збільшення середньомісячної заробітної плати; у 2012 р. показник збільшився на 14,9 % порівняно з 2011 р.

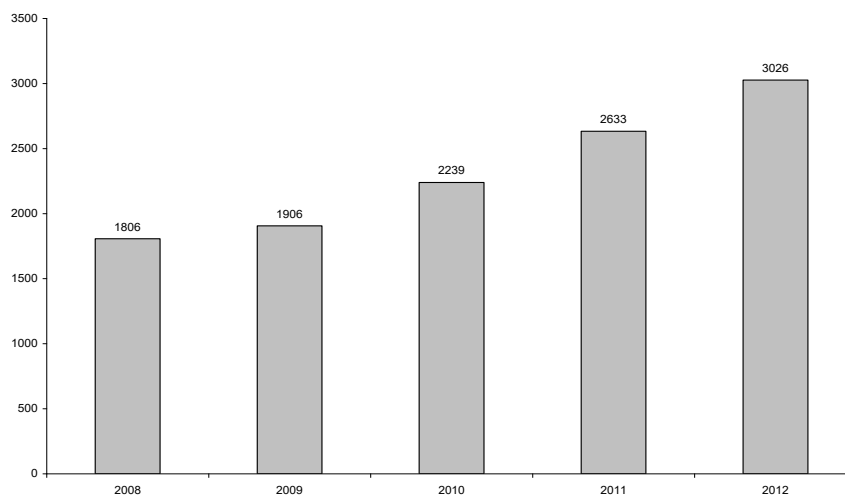


Рис. 1. Динаміка зміни середньомісячної заробітної плати в Україні у 2008–2012 рр. [10]

На формування потреб споживачів активно здійснюють вплив економічні чинники, особливо роздрібні ціни на товари. Динаміка індексу споживчих цін в Україні представлена на рис. 2.

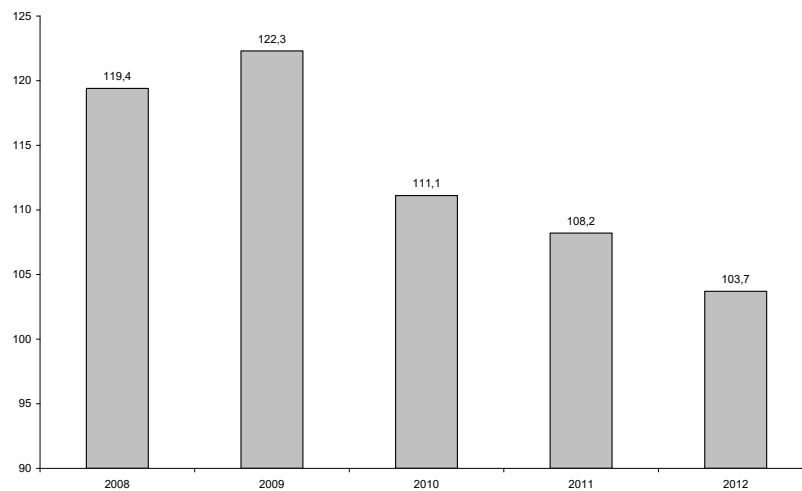


Рис. 2. Динаміка індексу споживчих цін в Україні в Україні у 2008–2012 рр. [10]

Як свідчать дані рис. 2, починаючи з 2010 р. індекс споживчих цін в Україні знижується; найбільше зростання споживчих цін спостерігається у 2009 р. – на 22,3 %, що призводить до зниження потреб споживачів; у 2012 р. індекс споживчих цін знизився на 4,5 % порівняно з 2011 р.

Проведемо оцінку індексу споживчих цін на товари, що реалізуються торговельними підприємствами (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка індексів споживчих цін на товари в Україні у 2008–2012 рр. [10]

Товарна група	Роки:					Відхилення, 2012 р. до 2011 р.
	2008	2009	2010	2011	2012	
Продукти харчування та безалкогольні напої	135,7	111,9	110,9	106,4	97,9	-8,5
Алкогільні напої, тютюнові вироби	114,9	136,0	125,6	116,0	107,5	-8,5
Одяг і взуття	102,8	108,0	103,7	101,6	98,9	-2,7
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	107,6	122,1	103,2	102,9	101,9	-1,0

Виходячи із наведених у табл. 2 даних, простежується загальна тенденція щодо динаміки зміни індексу споживчих цін відповідно до товарних груп, а саме зниження у 2012 р. індексу споживчих цін порівняно з 2011 р. : на продукти харчування та безалкогольні напої – на 8,5 %, алкогільні напої, тютюнові вироби – на 8,5 %, одяг і взуття –



на 2,7 %, предмети домашнього вжитку, побутову техніку та поточне утримання житла – на 1,0 %.

Більша частина витрат споживачів спрямовується на придбання товарів (табл. 3). Як свідчать дані табл. 3, у 2011 р. доходи і витрати споживачів в Україні зросли на 15,0 % порівняно з 2010 р. Витрати споживачів на придбання товарів у 2011 р. збільшилися на 23,0 % у порівнянні з 2010 р. У 2011 р. питома вага витрат споживачів на придбання товарів у загальній сумі витрат склала 81,4 %, що на 5,2 % більше, ніж у 2010 р.

Таблиця 3

Динаміка доходів і витрат населення України
у 2007–2011 рр. (млн грн) [10]

Показники	Роки:					Відхилення, 2011 р. у % до 2010 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	
Доходи, всього	623289	845641	894286	1101175	1266753	15,0
у тому числі:						
заробітна плата	278968	366387	365300	449553	529133	17,7
прибуток та змішаний дохід	95203	131139	129760	160025	200230	25,1
доходи від власності (одержані)	20078	28432	34654	67856	68004	0,2
соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	229040	319683	364572	423741	469386	10,8
Витрати, всього	623289	845641	894286	1101175	1266753	15,0
у тому числі:						
придбання товарів	509533	695618	709025	838213	1030635	23,0
Питома вага витрат на придбання товарів у загальній сумі витрат, %	81,7	82,3	79,3	76,1	81,4	5,2

З метою дослідження обсягу пропозиції товарів для задоволення потреб споживачів проведемо оцінку господарської діяльності торговельних підприємств. Показники діяльності торговельних підприємств представлені у таблиці 4.



Таблиця 4

Динаміка показників діяльності торговельних підприємств України
у 2007–2011 рр. [10]

Показники	Роки:					Відхилення, 2011 р. у % до 2010 р.
	2007	2008	2009	2010	2011	
Обсяг роздрібного товарообороту підприємств (юридичних осіб), млн грн	178233	246903	230955	280890	350059	24,6
у тому числі питома вага, %:						
продовольчих товарів	35,3	34,4	40,0	39,5	38,9	-0,6
непродовольчих товарів	64,7	65,6	60,0	60,5	61,1	0,6
Темпи зростання обсягів роздрібного товарообороту підприємств до попереднього року, у порівняльних цінах, %	129,5	117,3	79,1	110,1	113,2	3,1
Наявність об'єктів роздрібної торгівлі підприємств на кінець року, тис. од	71,9	69,2	65,3	64,8	64,2	-0,9
у тому числі:						
магазини	52,3	50,5	47,6	48,0	48,4	0,8
Кількість ринків з продажу споживчих товарів на кінець року, од	2834	2785	2761	2758	2698	-2,2

Виходячи із наведених у табл. 4 даних, у 2011 р. обсяг роздрібного товарообігу підприємств збільшився на 24,6 % порівняно з 2010 р. Необхідно зазначити, що збільшення відбулося не лише за рахунок зростання цін на товари, але й через зростання обсягу товарних ресурсів торговельних підприємств (відповідно на 20,2 %, що свідчить про зростання потреб споживачів). Більшу питому вагу у



структурі реалізації продукції споживачам займають непродовольчі товари; у 2011 р. питома вага продовольчих товарів у загальному обсязі роздрібного товарообігу склала 61,1 %; починаючи із 2009 р., спостерігається зниження питомої ваги реалізації продовольчих товарів та відповідно зростання питомої ваги непродовольчих товарів. У 2011 р. темп зростання обсягів роздрібного товарообігу торговельних підприємств до попереднього року у порівняльних цінах склав 113,2 %. Протягом досліджуваного періоду спостерігається зменшення кількості об'єктів роздрібної торгівлі з 71,9 тис. од. у 2007 р. до 64,2 тис. од. у 2011 р., що є негативною тенденцією у забезпеченні задоволення потреб споживачів. Аналогічну динаміку має кількість ринків з продажу споживчих товарів.

Необхідним аспектом у дослідженні задоволення потреб споживачів є оцінка пропозиції торговельних підприємств за територіальною ознакою. Динаміка роздрібного товарообігу підприємств у областях України представлена в табл. 5.

Таблиця 5

Динаміка обсягу роздрібного товарообігу підприємств у областях України в 2008–2012 рр. [10]

Область / місто України	Роки					Відхилення, 2012 р. у % до 2011 р.
	2008	2009	2010	2011	2012	
1	2	3	4	5	6	7
Україна	243898,4	229855,1	274599,6	346497,9	404862,6	16,8
Автономна Республіка Крим	9036,9	8507,4	10117,6	13198,7	16937,1	28,3
Вінницька	5399,9	4726,9	5563,5	7297,2	8418,6	15,4
Волинська	4350,5	3987,2	4594,1	5896,3	7103,0	20,5
Дніпропетровська	22397,2	19980,9	24531,2	29961,6	35362,8	18,0
Донецька	22115,0	20039,9	25092,3	31239,9	37757,2	20,9
Житомирська	4344,1	4169,0	4939,2	6453,6	7231,8	12,1
Закарпатська	5140,8	4804,4	5849,5	7334,4	8027,9	9,5
Запорізька	9389,2	8595,2	10628,6	13061,1	16268,0	24,6
Івано-Франківська	4432,3	4301,0	4953,3	6374,9	7059,5	10,7
Київська	9700,9	9919,7	11874,8	17185,9	19473,0	13,3
Кіровоградська	3865,2	3613,8	4394,0	5315,3	6272,6	18,0
Луганська	7766,4	7125,2	8988,3	11105,6	14194,4	27,8
Львівська	12604,6	12766,7	14904,9	18174,0	19695,1	8,4
Миколаївська	5234,1	4899,9	5575,8	7386,4	8372,7	13,4
Одеська	13842,3	14462,6	17573,6	22474,3	26496,8	17,9
Полтавська	6607,8	6063,4	7105,8	8916,2	10394,1	16,6
Рівненська	3859,0	3774,7	4415,9	5517,7	6230,1	12,9
Сумська	3719,3	3402,7	3917,7	5047,6	5835,4	15,6
Тернопільська	3295,3	3296,3	3783,5	4657,5	5145,4	10,5
Харківська	16634,3	15692,8	18406,2	22682,8	26015,9	14,7
Херсонська	4604,5	4533,7	5243,9	6254,5	7358,1	17,6



1	2	3	4	5	6	7
Хмельницька	4842,4	4317,4	5111,2	6568,2	7438,2	13,2
Черкаська	4437,5	4317,6	5356,1	7071,2	8070,8	14,1
Чернівецька	3589,2	3584,3	4102,0	4950,9	5177,5	4,6
Чернігівська	3797,1	3745,9	4394,2	5501,7	6308,9	14,7
м. Київ	46502,1	42790,5	50090,7	62846,9	73004,8	16,2
м. Севастополь	2390,5	2436,0	3091,7	4023,5	5212,9	29,6

Як свідчать дані табл. 5, у цілому по Україні обсяг роздрібного товарообігу торговельних підприємств у 2012 р. збільшився на 16,8 % порівняно із 2011 р.; найбільше збільшення обсягу роздрібного товарообігу торговельних підприємств спостерігається у м. Севастополі – на 29,6 %, в Автономній Республіці Крим – на 28,3 %, Луганській області – на 27,8 %, Запорізькій області – на 24,6 %, Донецькій області – на 20,9 %, Волинській області – на 20,5 %. Відповідно, за аналогічний період найменший приріст обсягу роздрібного товарообігу торговельних підприємств мають Закарпатська область – на 9,5 %, Львівська область – на 8,4 % та Чернівецька область – на 4,6 %, що зумовлено зниженням платоспроможного попиту споживачів та життєвого рівня населення на зазначених територіях України.

Таким чином, відзначаємо зростання потреб споживачів, збільшення обсягу пропозиції товарів торговельними підприємствами та зміну платоспроможного попиту.

З метою збалансування інтересів споживачів щодо задоволення потреб та збільшення обсягів роздрібного товарообігу торговельними підприємствами виникає необхідність розробки ефективної моделі формування взаємовідносин між зазначеними суб'єктами ринку. Така модель має враховувати економічний, маркетинговий, комерційний та фінансовий аспекти у діяльності торговельних підприємств, а також враховувати зміни платоспроможного попиту споживачів.

Нами запропоновано модель формування взаємовідносин між торговельними підприємствами та споживачами (рис. 3). Дані рис. 3 свідчать, що запропонована модель передбачає взаємодію даних суб'єктів на споживчому ринку з приводу задоволення потреб та отримання позитивного результату. Економічний аспект у діяльності торговельних підприємств проявляється у можливості формування та ефективного використання ресурсного потенціалу. Маркетинговий аспект виявляється у дослідженні потреб споживачів та їх платоспроможного попиту. Комерційний аспект забезпечує ефективну розробку товарного асортименту, гнучку цінову політику, збутову стратегію та політику якості торговельного обслуговування споживачів. Фінансовий аспект враховує витрати на організацію торговельного процесу та можливості отримання чистого прибутку.

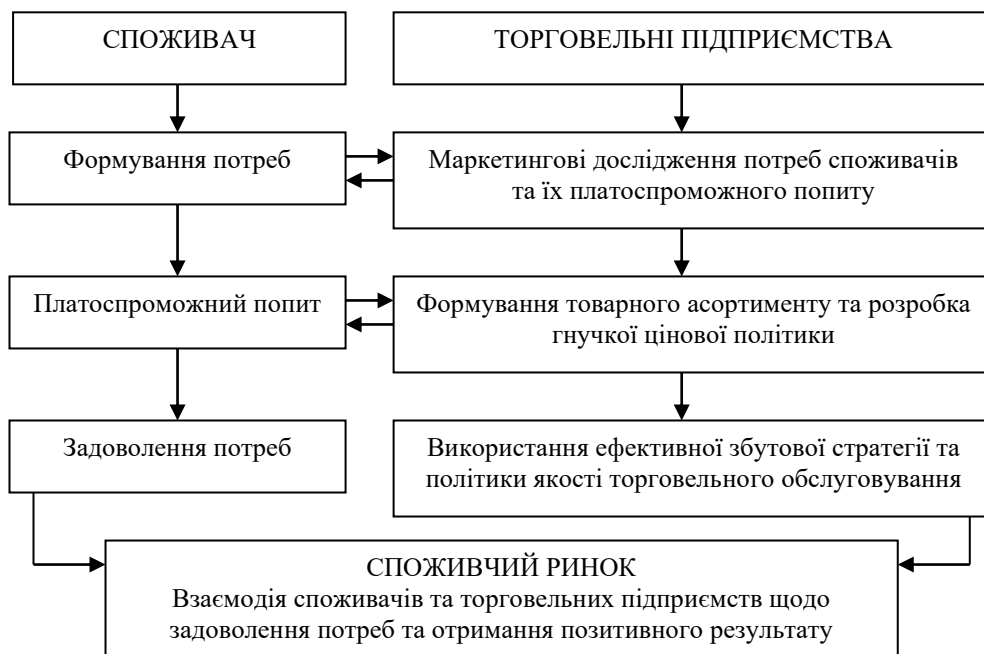


Рис. 3. Модель формування взаємовідносин між торговельними підприємствами та споживачами [запропоновано автором]

ВИСНОВКИ

Таким чином, торговельні підприємства відіграють значну роль у задоволенні потреб споживачів, оскільки насичують споживчий ринок необхідними товарами. Проведена оцінка формування потреб споживачів та їх платоспроможного попиту свідчить, що попит на товари залежить від низки чинників, а платоспроможний попит – від грошових доходів. Відмічається зростання індексу споживчих цін на товари, що стримує зростання потреб споживачів та знижує реальний рівень їх платоспроможного попиту. Має місце зростання номінальних грошових доходів. Досліджено показники господарської діяльності торговельних підприємств, за результатами яких встановлено, що обсяг пропозиції товарів на ринку збільшився. У структурі роздрібного товарообігу переважають непродовольчі товари, їх питома вага зростає. Дослідження територіальної структури роздрібного товарообігу дозволило визначити темпи зростання показника у динаміці та чинників впливу на зміни платоспроможного попиту споживачів. У результат проведених досліджень запропоновано модель формування взаємовідносин між торговельними підприємствами та споживачами, що дозволяє дослідити потреби споживачів, їх платоспроможний попит, обґрунтувати необхідний обсяг товарних ресурсів торговельних підприємств, застосувати маркетинговий інструментарій та забезпечити отримання позитивного фінансового результату.



Перспективами подальших наукових розвідок у даному напрямі є використання методичного інструментарію щодо моделювання зміни платоспроможного попиту споживачів відповідно до пропозиції товарних ресурсів торговельних підприємств.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Безпарточний М. Г. Опрацювання раціональної асортиментної структури торговельних підприємств / М. Г. Безпарточний, Ю. В. Карпенко // Економічні інновації. Випуск 36. Українське Причорномор'я в контексті економічних альтернатив: сучасні виклики та антикризові стратегії (регіон у системі міжнародних відносин та комунікаційно-інформаційному просторі, розвиток локальних економічних систем) : збірник наукових праць. – Одеса : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2009. – С. 200–209.
2. Безпарточний М. Г. Формування сервісу та його вплив на потенціал торговельних підприємств / М. Г. Безпарточний // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції «Соціально-економічні аспекти розвитку України в умовах конкурентного середовища». 8–9 квітня 2010 року. – Первомайськ : Первомайський факультет Харківського державного університету харчування та торгівлі, 2010. – С. 15–16.
3. Безпарточний М. Г. Концептуальні підходи до маркетингового забезпечення функціонування торговельних підприємств / М. Г. Безпарточний // Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент» : збірник наукових праць. Випуск 9 (34). Частина 1. – Луцьк : Луцький національний технічний університет, 2012. – С. 46–53.
4. Яцун Л. Н. Актуальні проблеми управління потребами та поведінкою споживачів / Л. Н. Яцун // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Вип. 1. : зб. наук. праць. – Харків : Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2010. – С. 687–695.
5. Кадацкая Д. В. Управление качеством обслуживания потребителей в предприятиях розничной торговли и его оценка / Д. В. Кадацкая // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. Серия «Экономические науки». – 2009. – № 4 (2). – С. 251–256.
6. Про захист прав споживачів : Закон України від 12 травня 1991 р. № 1023-ХІІ. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1085.24.24&nobreak=1>. – Назва з екрану.
7. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами : Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 11 липня 2003 р. № 185. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>. – Назва з екрану.
8. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі непродовольчими товарами : Наказ Міністерства економіки України від 19 квітня 2007 р. № 104. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>. – Назва з екрану.
9. Порядок застосування нормативів забезпеченості населення торговельною площею у магазинах : Наказ Міністерства економіки України від 02 вересня 2008 р. № 409. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=z1018-08>. – Назва з екрану.
10. Статистична інформація за 2008–2012 рр. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.

Дата надходження до редакції – 15.03.2013 р.



УДК 65.050.9

*Боковець В. В.,
Романюк О. М.¹*

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті розглянута сутність та особливості управління промисловим підприємством та заходи щодо удосконалення системи управління сучасним промисловим підприємством.

Ключові слова: управління підприємством, організаційна структура управління, структура, керівник, підрозділ.

ВСТУП

Розвиток світової і української економіки тягне за собою підвищення конкуренції на більшості міжнародних і національних ринків. У зв'язку з цим для промислового підприємства особливого значення набуває ефективне використання всіх наявних у його розпорядженні ресурсів.

При цьому необхідно відзначити, що саме в сфері процесу управління промисловим підприємством приховані значні резерви підвищення ефективності і конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта.

Застосування ефективної управлінської системи гарантує динамічний розвиток підприємства і дозволить значно підвищити продуктивність праці. У сучасних умовах даний процес неможливий без вдосконалення. При цьому необхідно підкреслити, що процес вдосконалення системи управління підприємством – явище комплексне, яке потребує структурованого підходу.

Отже, дані положення визначають актуальність даної теми, її вивчення, аналізу й удосконалення.

Питанням вдосконалення механізмів управління промисловими підприємствами були присвячені праці таких вчених, як О. І. Амоша, С. Бір, І. А. Бланк, В. В. Вітлінського, С. М. Клименка, О. С. Дубрової, В. В. Лук'янової, Т. В. Головач та ін.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У статті досліджується проблема управління сучасним промисловим підприємством, розглянуто сутність та особливості управління промисловим підприємством, а також обґрунтовано заходи щодо удосконалення системи управління ним.

¹ Рецензент – Денисюк О. М., д. е. н., професор



РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Управління – це вплив на працівників з метою досягнення цілей, що стоять перед підприємством і його працівниками. Управління виробничо-господарськими процесами врешті-решт зводиться до управління людьми, передбачає свідоме регулювання діяльності колективу – форм його організації, мотивації дій і характеру взаємовідносин між його членами. У зв'язку з цим і виникає потреба виявлення механізму міжособистісних відносин та вивчення закономірностей формування у працівників ціннісних орієнтацій. Однак колектив – це не лише об'єкт, а одночасно й суб'єкт управління, адже працівники повинні брати активну участь у здійсненні управлінської діяльності. Тому важливо розуміти процес формування управлінських впливів і способів взаємодії людей у цьому процесі.

Менеджмент підприємства і його організація у ринковому середовищі висуває вимоги до професіоналізму управлінського персоналу. Сучасний управлінець – це людина, яка володіє як загальними основами науки управління, так і специфічними знаннями та вміннями в сфері стратегії управління, маркетингу, управління персоналом та виробництвом [2, с. 262].

Концепція управління підприємством, що базується на оптимізації робочого часу або господарських процесів, або зниженні витрат часу або витрат звертання, або виробництва високоякісної продукції, частково відходить в минуле.

Керівники вищих ланок більшості підприємств постійно перебувають у пошуках такої організаційної структури, яка б дозволила найефективніше використовувати ресурси та досягати поставлених цілей. Організаційна структура для кожного підприємства повинна бути індивідуальною. Це пояснюється тим, що загальні ознаки щодо забезпечення послідовності й постійності виробничого процесу та адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища різні.

Стосовно управління ефективність є сукупною результативністю роботи всього трудового колективу організації, системи заходів, які є наслідком окремих зусиль керівника і спеціалістів.

Виявлення ефекту від системи управління промисловим підприємством відрізняється високою складністю, що обумовлено її подвійною роллю. По-перше, управлінська праця забезпечує організацію спільної праці. Іншим боком об'єкта застосування зусиль управлінської праці є використання системи управління з метою забезпечення її нормального функціонування та розвитку. Отже, існує два види ефекту організації управління [3, с. 97]:

1. Той, що виявляється в остаточних результатах спільної праці. Мається на увазі так звана ефективність в широкому розумінні. При цьому прямого збігання (відповідності) рівнів, динаміки ефекту і



кінцевого результату немає. Це обумовлено тим, що кінцевий результат залежить не лише від організації управління, а й від інших факторів виробництва.

2. Той, що виявляється на рівні самої системи управління. Мається на увазі так звана ефективність у вузькому розумінні. Вона залежить від ступеня відповідності об'єкта і суб'єкта управління.

В умовах ринкових відносин в Україні важливе значення має здатність підприємств пристосуватися до нових умов господарювання. Це висуває на перше місце розв'язання завдань із забезпечення організаційно-економічної стійкості і конкурентоспроможності підприємства в умовах зовнішнього середовища, що безперервно змінюється, особливо при проведенні економічних реформ.

Економічна реформа шляхом поступових перетворень повинна завершитися створенням ринкової економіки. Функціонування ринкового механізму передбачає створення умов [4, с. 135]:

- достатньої кількості продукції і споживачів як умови для взаємного вибору і конкуренції;
- економічної відповідальності за використання ресурсів;
- самостійності економічних об'єктів;
- права контрагентів (продавців і покупців) встановлювати ціни на продукцію під впливом попиту пропозиції на основі нормальної дії закону вартості.

Структура управління має бути оптимальною, гнучкою та простою. Вона повинна забезпечувати економічність управління.

Для обґрунтованого вибору того чи іншого варіанта внутрішньої структури необхідно проаналізувати організаційно-технічні умови та кількість структурних одиниць, що входять до його складу.

Організаційна структура управління – це упорядкована сукупність служб, відділів, підрозділів і окремих посадових осіб, які знаходяться у взаємозв'язку і співвідпорядкованості і виконують певні управлінські функції [5, с. 32].

Зазвичай виокремлюють такі типи організаційних структур: лінійна, функціональна, лінійно-функціональна, дивізійна, матрична.

З усіх організаційних структур управління промисловими підприємствами чітко виділяють дві великі групи – ієрархічні та адаптивні організаційні структури.

З метою підвищення конкурентоспроможності підприємство має вживати організаційних заходів щодо таких напрямів: підвищення професіоналізму персоналу; вдосконалення управління підприємством; впровадження прогресивних технологій; реструктуризація виробництва, що діє, і створення нових підрозділів; розроблення конкурентоспроможної продукції; автоматизація виробничих процесів; створення систем якості відповідно до міжнародних стандартів; зростання виробничої потужності підприємства; вдосконалення організації виробництва; зниження витрати виробничих ресурсів та ін.



Промисловий комплекс України знаходиться в досить кризовій ситуації. Вона зумовлена недооцінкою важливості господарського механізму на рівні галузі і підприємства, а також повною відсутністю якої-небудь стратегії мікроекономічного розвитку як з точки зору антикризового управління, так і в контексті стратегічних цілей реформ.

Основною особливістю функціонування більшості підприємств є трансформація управлінських процесів в умовах ринкової економіки, яка характеризується поєднанням старих і нових методів господарювання, постійною зміною чинного законодавства.

Одним з головних аспектів стабілізації економічного стану підприємства є визначення перспективних напрямів його розвитку з врахуванням спеціалізації виробництва, технологічних і ресурсних можливостей. Одним з найефективніших напрямів стратегічного планування є дослідження, аналіз і оцінка доцільності випуску продукції на підприємствах.

В умовах функціонування ринкової економіки організація випуску виробів на підприємстві є складним процесом. Це зумовлено такими чинниками [6, с. 162]:

- великою кількістю договорів (вхідних – на постачання сировини і матеріалів і вихідних – на реалізацію продукції). Це потребує багато часу для опрацювання їх економічних умов;
- нестабільністю фінансової політики. Це змушує прогнозувати попит на продукцію з врахуванням зміни витрат на виробництво, що остаточно впливає на ціну продукції;
- великою кількістю пропозицій, тому на ринку потребує серйозного опрацювання питання про потребу випуску нових виробів.

Тому на підприємстві потрібно змінити номенклатуру продукції, що випускається.

Основна мета, яка поетапно реалізується від ділянки до управління підприємством, завжди пов'язана з ліквідацією розходжень між плановими та фактичними показниками.

Процедури перерозподілу ресурсів, коректування планових показників більшою мірою мають координаційний характер і до теперішнього часу погано формалізовані через очікуване невиконання плану або різноманіття причин фактичного виробництва. До основних з них можна віднести: відхилення в планах постачання постачальників; зміни потреб підприємств-споживачів; недоробки в кадровій політиці; розбіжності в термінах введення в дію основних фондів або термінів капітального ремонту устаткування.

Причини відхилень у виконанні плану виробництва можуть полягати і в слабкій координації служб підприємства, а також в його цільовій переорієнтації. Координація є найважливішим засобом оптимальної організації управління. Вона щонайкраще пристосована



до забезпечення високої міри узгодженості функціонування виробничих систем.

В умовах радикальної реформи господарського механізму істотним чином змінюються цілі і завдання виробництва, а отже – роль, місце і значення процесів координації. Перехід до ринкових стосунків стимулює самостійність виробничих ланок і розвиток господарської ініціативи, підвищення їх відповідальності за остаточні результати роботи. Все це зумовлює посилення проблеми узгодженості в розробленні і здійсненні прогнозів і планів, договірних зобов'язань і потребує формування відповідних управлінсько-координаційних дій, ефективності систем оперативного управління виробництвом, гнучкості виробничих процесів.

У всіх промислово розвинених країнах діє принцип – виробляти лише те, що потрібно, коли потрібно і стільки, скільки потрібно. Такий принцип вимагає адаптації підприємств до умов випуску продукції невеликими партіями з частими змінами асортименту і в дуже широкому діапазоні. З огляду на це можна виокремити основні завдання оперативного управління на промислових підприємствах, продиктовані ринковою кон'юнктурою [6, с. 167]:

- вдосконалення методів підготовки і ухвалення рішень в оперативному управлінні виробництвом на основі розроблення і впровадження інформаційних систем управління;
- вдосконалення методів оперативного планування виробництва з використанням маркетингової інформації про ринок, ефективного використання всіх видів ресурсів на основі широкого застосування економіко-математичних методів і інформаційних технологій;
- розроблення методів регулювання виробничого процесу для досягнення координації всіх підрозділів з виготовлення конкурентоспроможної продукції.

Ефективність діяльності підприємства, виживання його в конкурентній боротьбі залежить від здатності в короткі терміни з найменшими витратами перебудуватися на випуск продукції відповідно до попиту. Значною мірою вирішення цього завдання забезпечується за допомогою комплексної автоматизації виробництва і управління.

Ефективним інструментом аналізу і впровадження організаційно-економічних завдань планування і управління є застосування економіко-математичних методів [1, с. 122].

Перехід до ринку передбачає відмову від централізованого економічного планування і використання таких підходів, основою яких є моніторинг економічних ситуацій (спостереження системи стану ринків), їх аналіз, прогнозування. Це завдання важко здійснити без надійної і оперативної інформації, сучасних обчислювальних і телекомунікаційних засобів, відповідних економіко-математичних



моделей і методів.

Поява нового класу моделей, в яких поєднуються математичний і імітаційний підходи із структурно-логічним підходом, дає змогу здійснити вирішення сучасних завдань управління математичними засобами.

Вирішуючи завдання вдосконалення управління на вітчизняних підприємствах, потрібно у кожному конкретному випадку здійснювати діагностичний аналіз середовища, техніки, технологій, цілей, регіональних, соціальних умов, з яких повинні випливати вимоги до системи управління.

Щоб підвищити ефективність виробничо-господарської діяльності в умовах функціонування ринкових відносин, потрібно вирішити комплекс організаційно-економічних завдань:

- розробити методи оперативного регулювання виробництва з метою координації всіх підрозділів підприємства з виконання замовлень споживачів і забезпечення їх конкурентоспроможною продукцією;
- розробити моделі та методи оперативного планування виробництва у взаємозв'язку із стратегією розвитку підприємства, що передбачають широке використання інформаційних технологій;
- розробити методи і моделі техніко-економічного обґрунтування доцільності випуску продукції на основі оцінки і аналізу чинників ринкового середовища і потенційних можливостей підприємства;
- вдосконалити методи підготовки і ухвалення управлінських рішень, спрямованих на підвищення їх якості;
- вдосконалити організацію управління виробничо-господарською діяльністю підприємств в умовах постійних змін ринкової кон'юнктури шляхом організації підрозділів;
- використати принципи маркетингу в управлінні підприємством на всіх рівнях: стратегічному, поточному і оперативному.

Потрібно зазначити, що саме остаточний результат виробничо-господарської діяльності є критерієм вдосконалення управління. Він має бути виражений не лише в зростанні кількісних, а швидше в поліпшенні якісних показників, націленості на задоволення потреб у виробленій продукції і наданих послугах, але і одночасно в підвищенні ефективності виробництва та якості управління. Даним вимогам поки що не задовольняють методологія і практика планування на різних рівнях нашої економіки, що не реагують гнучко на зміни зовнішнього середовища.

ВИСНОВКИ

Організація управління потребує цілеспрямованої адаптації для сучасних підприємств, що існують на ринку. В основі невдач підприємств як суб'єктів підприємницької діяльності є те, що їхні системи управління в більшості спрямовані не на аналіз зовнішньої



обстановки, що дуже важливо на даний момент для підприємства, а лише на вирішення певних внутрішньофірмових проблем.

Вдосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємствами спрямоване на вирішення завдань оперативного, поточного і стратегічного управління, заснованих на здійсненні дослідження ринкового середовища і внутрішніх можливостей підприємства на базі розроблення і широкого застосування економіко-математичних методів, інформаційних технологій, прийняття управлінських рішень для досягнення конкурентних переваг на ринку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Боковець В. В. та ін. Підприємництво : навч. посіб. – Вінниця : ВФЕУ, 2010. – 506 с.
2. Боковець В. В. Основи менеджменту : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей / В. В. Боковець. – Вінниця : ВФЕУ, 2010. – 495 с.
3. Верба В. А. Управління розвитком компанії : навч. посібн. / В. А. Верба, О. М. Гребешкова. – К. : Вид-во КНЕУ, 2011. – 482 с.
4. Розвиток промислового виробництва: методи, моделі та інструменти : монографія / [Грозний І. С., Лепа Р. М. Берсуцький А. Я. та ін.]; за заг. ред. І. С. Грозного // НАН України, Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2010. – 338 с.
5. Управління підприємством: організаційно-економічний аспект : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Нижника, канд. екон. наук, доц. М. В. Ніколайчука. – Хмельницький : Вид-во ХНУ, 2010. – 389 с.
6. Управління потенціалом підприємства : навч. посіб. / Ігор Должанський, Тетяна Загорна, Ольга Удалих; М-во освіти і науки України, Макіївський економіко-гуманітарний ін-т. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 360 с.

Дата надходження до редакції – 29.03.2013 р.

УДК: 658.153

Семенюк Н. О.¹

ВИЗНАЧЕННЯ ПОСЛІДОВНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено підходи до аналізу оборотного капіталу різними вченими. Запропоновано етапи проведення аналізу оборотного капіталу з розмежуванням його на оборотні активи та джерела фінансування. Визначено сукупність показників для проведення кожного з етапів аналізу.

Ключові слова: *оборотний капітал, оборотні активи, джерела фінансування оборотних активів, ефективність використання, ризиковість.*

¹ Рецензент – Лук'янова В. В., д. е. н., професор



ВСТУП

Ефективне управління підприємством вимагає, передусім, розуміння проблемних аспектів, що виникають на підприємствах у зв'язку із управлінням його оборотним капіталом. Найефективнішим інструментом виявлення та розуміння таких проблем є аналіз.

Оборотний капітал розглядається багатьма науковцями як об'єкт аналізу, проте вчені по-різному підходять до аналізу оборотного капіталу. Так, група вчених пропонує аналізувати оборотний капітал за певними напрямками – наявністю, ефективністю використання, якістю [2; 9; 10]. Інша група вчених аналізує оборотний капітал за певною встановленою послідовністю [7]. Крім того, деякі вчені аналізують оборотний капітал, розподіляючи його на складові – матеріальну та грошову [1; 3; 4; 5; 6].

Незважаючи на значну кількість досліджень з приводу аналізу оборотного капіталу відмітимо, що не існує єдиного підходу до аналізу оборотного капіталу підприємства.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою статті є вивчення, систематизація та узагальнення існуючих підходів до проведення аналізу оборотного капіталу підприємства та визначення послідовності проведення такого аналізу.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Окселенко Н. О. виділяє наступні методи аналізу оборотного капіталу: горизонтальний аналіз; вертикальний аналіз; статистичні методи (середні величини, ряди динаміки, дисперсійний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, трендовий аналіз); економіко-математичне моделювання; факторний аналіз; функціонально-вартісний аналіз; метод фінансових коефіцієнтів [6, с. 265].

Поддєрьогін А. М. для визначення наявності оборотних коштів пропонує визначати суму власних оборотних коштів та поточної потреби у них. Порівняння цих двох величин дасть змогу визначити брак чи надлишок їх на підприємстві. Для визначення стану оборотних активів учений використовує коефіцієнт реальної вартості оборотних коштів у майні підприємства. Для характеристики використання на підприємстві оборотних коштів використовують швидкість обігу (в днях), коефіцієнт оборотності, коефіцієнт завантаження, коефіцієнт ефективності, рентабельність оборотних коштів. Також Поддєрьогін А. М. виділяє показники ліквідності оборотних активів. Він пов'язує ліквідність та ризиковість оборотних коштів. Так, існують оборотні кошти високоліквідні з найменшим ризиком вкладення, середньоліквідні із середнім ризиком вкладення та найменш ліквідні із найвищим ризиком вкладення. Відповідно до визначених груп



визначаються коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт покриття та коефіцієнт абсолютної ліквідності [10, с. 221].

Ворожева Т. П. відмічає, що стан оборотного капіталу є його абсолютною характеристикою, а використання – відносною характеристикою, тобто дає змогу оцінити стан оборотного капіталу, враховуючи обсяг реалізації продукції та отриманого прибутку. Єдність цих двох понять проявляється в тому, що стан оборотного капіталу обумовлює рівень його використання, а від рівня використання оборотного капіталу залежить його стан. Ворожева Т. П. згрупувала показники ефективності оборотного капіталу за економічним змістом: показники стану оборотного капіталу, показники стану джерел оборотного капіталу, показники використання оборотного капіталу [2, с. 5].

Соляник Л. Г. класифікує показники управління оборотними активами за напрямками управління: формування, використання та вибір джерела фінансування [9, с. 239].

Подольська В. О., Яріш О. В. пропонують наступну послідовність проведення аналізу оборотних активів. На першому етапі оцінюють загальний розмір оборотних активів підприємства та аналізують зміни в їх обсязі впродовж звітного періоду. Визначається питома вага оборотних активів у загальному обсязі майна та її зміна протягом періоду.

На другому етапі досліджують структуру оборотних активів підприємства за видами активів.

На третьому етапі аналізу необхідно кількісно оцінити вплив факторів, які обумовлюють зміни в обсязі оборотних активів.

На четвертому етапі аналізу оцінюють зміни в складі джерел фінансування оборотних активів. Для цього обчислюють розмір власного оборотного капіталу, порівнюють з відповідними показниками за попередні періоди. Питома вага власних джерел фінансування оборотних активів використовується для оцінки ступеня фінансової стійкості підприємства, його незалежності від зовнішніх джерел фінансування.

На п'ятому етапі аналізу розраховують показники ефективності використання оборотних активів, проводять їх аналіз та роблять аналітичні висновки [7, с. 97].

Петрович Й. М., Кіт А. Ф., Семенів О. М. окремо аналізують оборотні засоби та матеріальні ресурси. Для аналізу оборотних засобів використовуються коефіцієнт оборотності оборотних засобів, коефіцієнт оборотності запасів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, коефіцієнт закріплення, час обороту оборотних засобів, період обороту запасів, період погашення дебіторської заборгованості, період операційного циклу та період фінансового циклу.



Крім того, вченими пропонується оцінювати використання матеріальних ресурсів, що здійснюється за системою показників узагальнюючих (матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача продукції, питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції, коефіцієнт використання матеріалів) та індивідуальних (ефективність споживання окремих елементів матеріальних ресурсів) [5, с. 155].

А. В. Шегда, Т. М. Литвиненко, М. П. Нахаба розрізняють оборотні фонди та оборотні кошти. Для оцінювання ефективності використання оборотних фондів застосовують систему показників, що диференціюються в залежності від особливостей виробництва: матеріаломісткість продукції, матеріаловіддача продукції, питома вага матеріальних витрат у собівартості продукції, коефіцієнт використання матеріалів. До показників, що характеризують оборотні кошти, віднесемо коефіцієнт оборотності оборотних коштів, тривалість одного обороту, показник віддачі (рентабельності) оборотних коштів та суму вивільнення [4, с. 168].

Гришова І. Ю. теж відмічає матеріальну й грошову форму оборотних активів, тому в межах стратегії управління оборотними активами повинна розроблятися самостійна політика управління оборотними активами у матеріальній або грошовій формі чи окремо за видами. Управління матеріальними оборотними засобами та формування системи показників їх ефективного використання будується на дослідженні основних факторів, які безпосередньо пов'язані із сферою виробництва: обсяги операційної діяльності, наявність асортименту продукції, їх складність за складом сировинних елементів, що використовуються, характер технологічного процесу, частота надходжень сировини і матеріалів, кількість структурних підрозділів, що забезпечують здійснення виробничого процесу, рівень попиту на вироблену продукцію тощо. Тому систему показників ефективності використання матеріальних оборотних засобів слід доповнити такими характеристиками, як матеріаломісткість, ритмічність виробництва продукції, матеріаловіддача, коефіцієнт виходу продукції.

До системи показників ефективності використання грошових оборотних засобів Гришова І. Ю. відносить:

- показники ліквідності оборотних засобів (показники поточної, загальної, миттєвої ліквідності), коефіцієнта участі грошових активів в оборотному капіталі;
- показники оборотності грошових оборотних засобів (коефіцієнт оборотності, дебіторська заборгованість та грошові активи, період оборотності грошових активів, період інкасації дебіторської заборгованості);



- показники оцінки ефективності інвестування засобів у дебіторську заборгованість (коефіцієнт відволікання оборотних засобів у дебіторську заборгованість, коефіцієнт ефективності інвестування засобів у дебіторську заборгованість, рівень ризику інвестиційних засобів у дебіторську заборгованість) [3, с. 127].

Окселенко Н. О. для аналізу оборотного капіталу виділяє такі групи фінансових коефіцієнтів: показники стану та структури оборотних активів; узагальнюючі показники ефективності оборотних активів (показники рентабельності); показники ділової активності; показники ліквідності; показники фінансової стійкості [6, с. 265].

Брейлі Річард, Майєрс Стюарт при аналізі оборотного капіталу виділяють ліквідність та ефективність. У складі показників ліквідності виділяють відношення чистого оборотного капіталу до загальної сукупності активів, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт термінової ліквідності, коефіцієнт абсолютної ліквідності та безпечний інтервал. У складі показників ефективності виділяють оборотність активів, оборотність чистого оборотного капіталу, тривалість запасів в днях, оборотність запасів, середній період збору дебіторської заборгованості, оборотність дебіторської заборгованості [1, с. 789].

Таким чином, провівши аналіз вищевикладеного матеріалу, запропонуємо наступну послідовність проведення аналізу оборотного капіталу (рис. 1).

Передусім вважаємо за необхідне проводити аналіз оборотного капіталу в розрізі двох його компонентів – оборотних активів та оборотних коштів, вкладених у ці активи. Крім того, кожний з компонентів доцільно аналізувати у три етапи – стан, ефективність та ризиковість.

Для аналізу стану оборотних активів використаємо показники, що характеризують структуру об'єкта: коефіцієнт реальної вартості оборотних активів у майні підприємства, коефіцієнт участі запасів в оборотних активах, коефіцієнт участі дебіторської заборгованості в оборотних активах, коефіцієнт участі грошових коштів в оборотних активах, питому вагу матеріальних витрат у собівартості продукції.

Наступним кроком аналізу оборотних активів є аналіз ефективності їх використання. Поняття «ефективність» можна характеризувати як відношення результату (ефекту) до витрат або ресурсів, що були витрачені на його досягнення [8, с. 275]. Оскільки в складі оборотних активів виділяють грошову та матеріальну складові, доцільно аналізувати ефективність оборотних активів відповідно цим двом складовим.

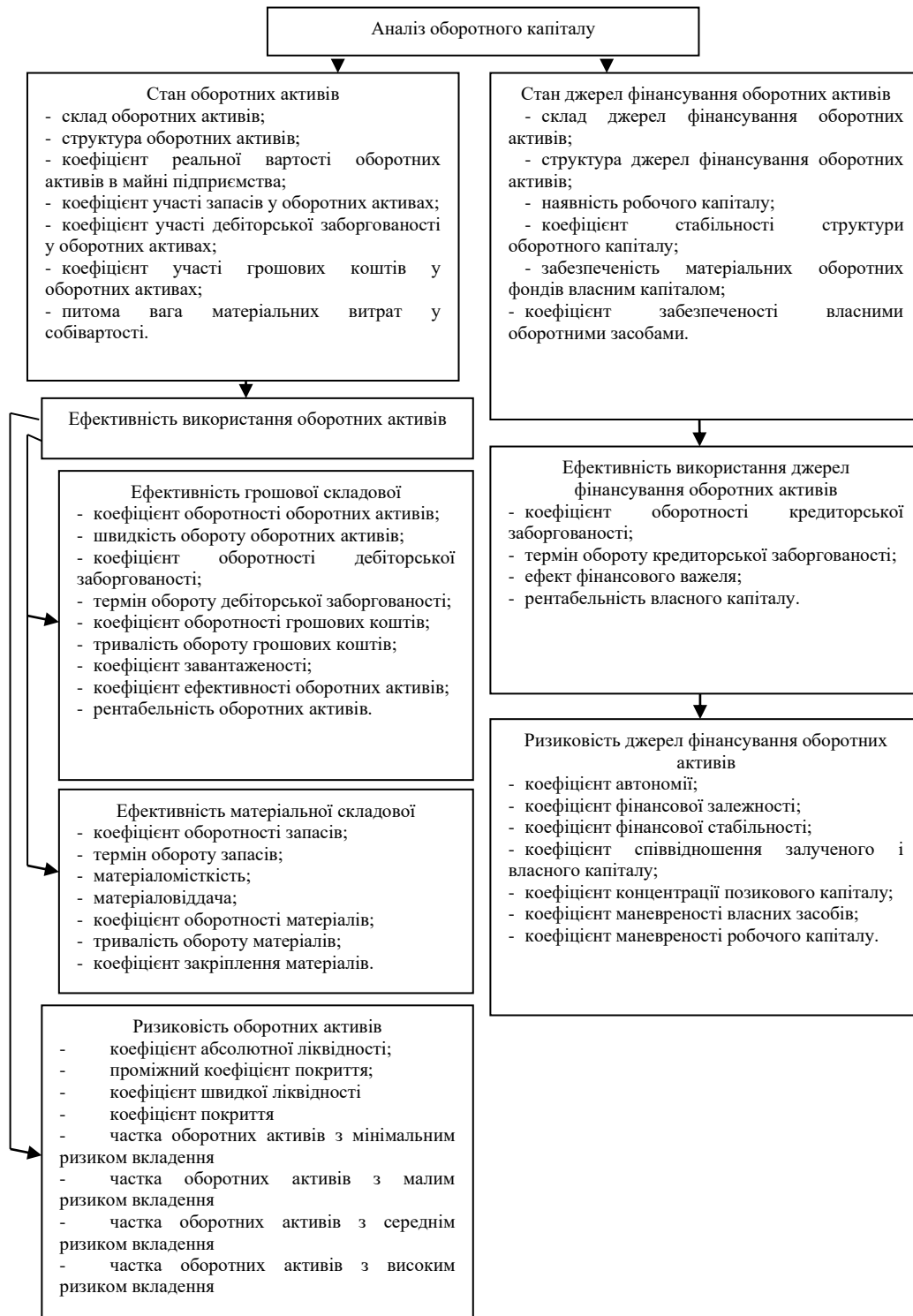


Рис. 1. Система показників аналізу оборотного капіталу



Таким чином, до показників, що характеризують ефективність грошової складової оборотних активів використання оборотних активів, слід віднести: коефіцієнт оборотності оборотних активів, швидкість обороту оборотних активів, коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості, термін обороту дебіторської заборгованості, коефіцієнт оборотності грошових коштів, тривалість обороту грошових коштів, коефіцієнт завантаженості, коефіцієнт ефективності, рентабельність оборотних активів.

Для аналізу ефективності використання матеріальної складової оборотних активів розрахуємо коефіцієнт оборотності запасів, термін обороту запасів, матеріаломісткість, матеріаловіддачу, коефіцієнт оборотності матеріалів, тривалість обороту матеріалів, коефіцієнт закріплення матеріалів.

Зазвичай ризиковість оборотних активів розглядається із позиції їх ліквідності, тобто можливості швидко перетворюватися на гроші для забезпечення зобов'язань підприємства, особливо поточних. Найчастіше в економічній літературі застосовують три показники ліквідності: коефіцієнт покриття, коефіцієнт швидкої ліквідності та коефіцієнт абсолютної ліквідності, але існує також проміжний коефіцієнт ліквідності (коефіцієнт критичної ліквідності), який показує здатність підприємства розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями монетарними оборотними активами.

Проаналізувавши стан, ефективність використання та ризиковість оборотних активів, вважаємо, що не меншої уваги потребують джерела фінансування оборотних активів. Таким чином, проведемо аналіз джерел фінансування оборотних активів за аналогічними напрямками: аналіз стану джерел фінансування, аналіз ефективності використання джерел фінансування та ризиковість джерел фінансування оборотних активів.

Для характеристики стану джерел фінансування оборотних активів виділимо такі показники: наявність робочого капіталу (власного оборотного капіталу), коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами та забезпеченість матеріальних оборотних фондів власним капіталом.

Наступним кроком в аналізі джерел фінансування оборотних активів є аналіз ефективності їх використання, що проводиться за допомогою наступних показників: коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості, термін обороту кредиторської заборгованості, коефіцієнт мобільності власного капіталу.

Якщо ризиковість оборотних активів виражається через ризик втрати ліквідності, то ризиковість джерел фінансування оборотних активів виражається через ризик втрати фінансової стійкості. Недостатня фінансова стійкість підприємства може призвести до його неплатоспроможності та банкрутства, а надлишок фінансової стійкості



може призвести до втрати можливого прибутку від використання запозичених коштів. Таким чином, показники ризиковості джерел фінансування оборотних активів характеризуються відношенням власного та позикового капіталу. Для оцінки ризиковості джерел фінансування розраховуємо такі показники: коефіцієнт автономії, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт маневреності власних засобів, коефіцієнт фінансової стабільності, коефіцієнт співвідношення залученого та власного капіталу та коефіцієнт концентрації позикового капіталу.

ВИСНОВКИ

Провівши аналіз існуючої економічної літератури, ми дійшли висновку, що доцільно проводити аналіз оборотного капіталу в двох напрямках – аналіз оборотних активів та аналіз коштів, направлених на формування цих активів. Обидві складові оборотного капіталу слід аналізувати у три етапи, що найбільш повно характеризують об'єкт аналізу, – стан, ефективність та ризиковість.

Для більш глибокого та різнобічного аналізу оборотного капіталу необхідно також звернути увагу на статистичні методи аналізу та економіко-математичне моделювання.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Брейли Р. Принципы корпоративных финансов / Р. Брейли, С. Майерс; пер. с англ. Н. Барышниковой. – М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2008. – 1008 с. 2. Ворожева Т. П. Комплексная система показателей функционирования оборотного капитала / Т. П. Ворожева // Проблемы и перспективы управления экономикой и маркетингом в организации. – № 10. – 2010. – С. 5–9. 3. Гришова І. Ю. Оборотні засоби молокопереробних підприємств / І. Ю. Гришова; за ред. академіка УААН М. Я. Дем'яненка. – К. : ННЦАЕ, 2005. – 188 с. 4. Економіка підприємств : навчальний посібник / [А. В. Шегда, Т. М. Литвиненко, М. П. Нахаба та ін.]; за ред. А. В. Шегди. – 2-ге вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2002. – 335 с. 5. Економіка підприємства : підручник / [Й. М. Петрович, А. Ф. Кіт, О. М. Семенів та ін.]; за заг. ред. Й. М. Петровича. – Львів : Новий світ – 2000, 2004. – 680 с. 6. Оксєленко Н. О. Сучасні підходи до аналізу оборотних активів сільськогосподарського підприємства / Н. О. Оксєленко // Економічний простір. – 2011. – № 51. – С. 265–272. 7. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навч. посібник / В. О. Подольська, О. В. Яріш. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 488 с. 8. Рац О. М. Визначення сутності поняття «ефективність функціонування підприємства» / О. М. Рац // Економічний простір. – № 12. – 2008. – С. 275–286. 9. Соляник Л. Г. Оборотні засоби промислового підприємства: оптимізація управління : монографія / Л. Г. Соляник; за ред. О. С. Галушко. – Д. : Національний гірничий університет, 2009. – 239 с. 10. Фінанси підприємств : підручник / [А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.]; кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін. – 6-те вид., перероб. та доп. – К. : КНЕУ, 2006. – 552 с. – С. 221.

Дата надходження до редакції – 21.03.2013 р.



Гавриш Г. О.¹

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ РИНКУ ПОСЛУГ З ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ В УКРАЇНІ

В статті визначено чинники, що впливають на створення конкурентного середовища ринку послуг економічної експертизи. Аналіз проблем становлення ринку послуг економічної експертизи в Україні дозволив розробити рекомендації щодо ефективного його формування.

Ключові слова: економічна експертиза, конкурентне середовище, послуга, проблема, ринок послуг, чинник.

ВСТУП

Під ринком послуг економічної експертизи будемо розуміти сукупність соціально-економічних відносин у сфері обігу, за допомогою яких здійснюється купівля-продаж послуг економічної експертизи та визначається їх цінність. Під послугою економічної експертизи будемо розуміти вид інтелектуальних послуг, спрямованих на вирішення внутрішніх проблем економічних систем з метою вдосконалення їх системи управління [1].

Перш ніж розглядати можливість формування ринку інтелектуальних послуг, зокрема послуг економічної експертизи, необхідно визначити умови його формування. До умов формування ринку інтелектуальних послуг, зокрема ринку послуг з економічної експертизи, відносяться: наявність попиту на послугу; наявність пропозиції, тобто достатньої кількості виробників, які пропонують послуги та мають різні форми власності; відсутність обмежень щодо взаємодії виробника та споживача послуги, тобто наявність економічної свободи; вільний доступ всіх суб'єктів ринкових відносин до інформації про стан ринку. Тільки при наявності цих умов можна стверджувати, що існує можливість створення ринку певного виду послуг.

Дослідженню формування ринків різних інтелектуальних послуг присвячено праці багатьох українських вчених. Загальні питання функціонування ринків послуг розглянуто в роботах В. А. Пареної [2], А. В. Сидорової [3], О. В. Ярмач [4] та інших. Теоретичний аналіз категорії «послуга» наведено в роботах В. А. Пареної [2]. Послугу В. А. Парена [2] розглядає в двох різних значеннях: з боку споживчої вартості та з боку вартості як специфічних виробничих відносин в залежності від форми власності. Такий підхід, на наш погляд, є обґрунтованим, оскільки дозволяє врахувати різні аспекти формування вартості послуги. Автор відзначає, що для ефективного

¹ Рецензент – Ус Г. О., д. е. н., доцент



функціонування сфери послуг необхідно поєднувати ринковий та державний механізми регулювання ринків послуг. Свобода вибору, вільний доступ до ресурсів та інформації, реалізація особистого інтересу здійснюється за рахунок дії ринкового механізму. У випадку, коли ринковий механізм неефективно діє, втручається держава за рахунок використання методів прямого і непрямого регулювання.

Питання аналізу та прогнозування розвитку підприємств сфери послуг розглянуто в роботах А. В. Сидорової [3]. Важко не погодитися з автором щодо актуальності питання розвитку сфери послуг та її інтеграції у світовий економічний простір. Науковець пропонує цікавий підхід для оцінювання внеску сфери послуг у розвиток економіки країни на основі визначення структурних характеристик сфери послуг, а саме: матеріальних ресурсів, трудового та виробничого потенціалу, ступеню розвитку ринкових відносин та структури споживання населення.

Економічний зміст інтелектуальних послуг визначено в роботах О. В. Ярмак [4]. Автором доведено, що інтелектуальні послуги мають відповідати критеріям капіталоутворення, ресурсозабезпечення та ретрансляції; та за означеними критеріями виокремлює наступні види послуг: консалтингові, освітні, послуги з охорони здоров'я та науково-технічні послуги. О. В. Ярмак виділяє також специфічні ознаки інтелектуальних послуг: нематеріальність, невіддаленість від споживача і виробника, високий рівень працездатності, складність визначення якості надання послуги тощо. В працях автора [4] визначено чинники, що заважають розвитку ринку інтелектуальних послуг в Україні.

Значна кількість праць вітчизняних науковців, зокрема О. С. Марченко [5], В. А. Верби [6], М. Г. Книша [7] та інших присвячена аналізу розвитку та формуванню ринку інформаційно-консультаційних послуг, дослідженню проблем встановлення ціни на ці послуги. Проте формування ринку послуг з економічної експертизи не досліджував в Україні жоден автор. Таке становище обумовлено тим, що більшість науковців вважає послуги економічної експертизи консультаційними послугами. Проте цей підхід не є об'єктивним, оскільки послуги економічної експертизи мають певні відмінності від консультаційних послуг.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даного дослідження є аналіз проблем, що виникають при формуванні ринку послуг з економічної експертизи в Україні.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В Україні довгий час з моменту незалежності було значним державне втручання в економіку. Державне втручання зменшує економічну самостійність ринкових агентів. Тому для ефективного



формування ринку необхідно мінімізувати державне втручання, тобто держава має забезпечити умови для формування ринку, а не регулювати цей процес постійно, оскільки регулювання має відбуватися за рахунок ринкових механізмів, тобто дії закону попиту та пропозиції. Під дією цих законів встановлюється ринкова ціна, а в умовах конкурентного середовища відбувається обмін, який задовольняє інтереси продавця та споживача.

Чинники, що впливають на формування конкурентного середовища ринку послуг економічної експертизи, представлено на рис. 1.

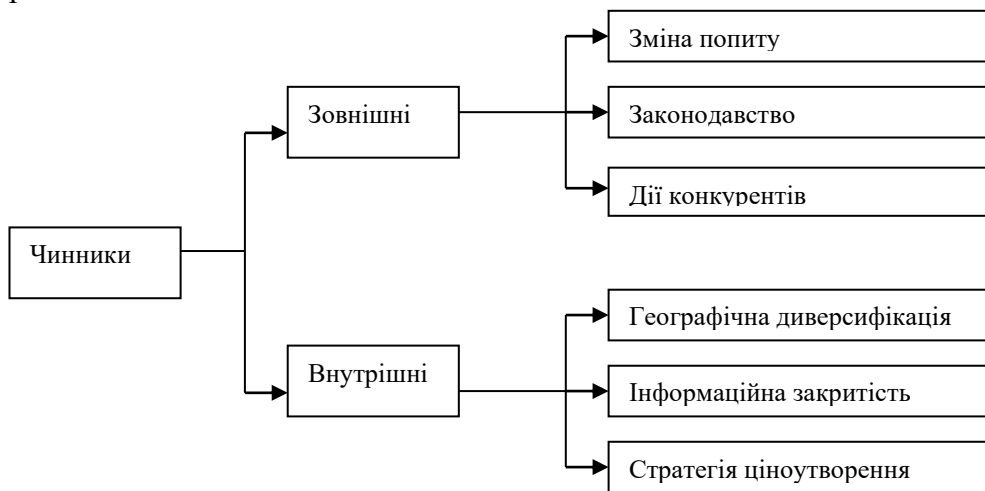


Рис. 1. Чинники, що впливають на формування конкурентного середовища ринку послуг економічної експертизи

Умовно множину чинників можна поділити на внутрішні та зовнішні. До зовнішніх чинників відносяться: зміна попиту, державне регулювання в частині законодавства та ціноутворення тощо. До внутрішніх чинників відносяться: географічна диверсифікація ринку, відсутність інформації (її закритість), вибір стратегії та методів ціноутворення тощо.

Звісно, врахування цих чинників дозволяє більш ефективно сформувати ринок послуг економічної експертизи.

Аналіз ринків інтелектуальних послуг та аналіз особливостей послуг з економічної експертизи [8] дозволив виявити проблеми формування ринку відповідних послуг. Проблеми за групами та дії щодо їх вирішення представлено на рис. 2. Проаналізуємо більш детально означені проблеми та визначимо шляхи їх вирішення.

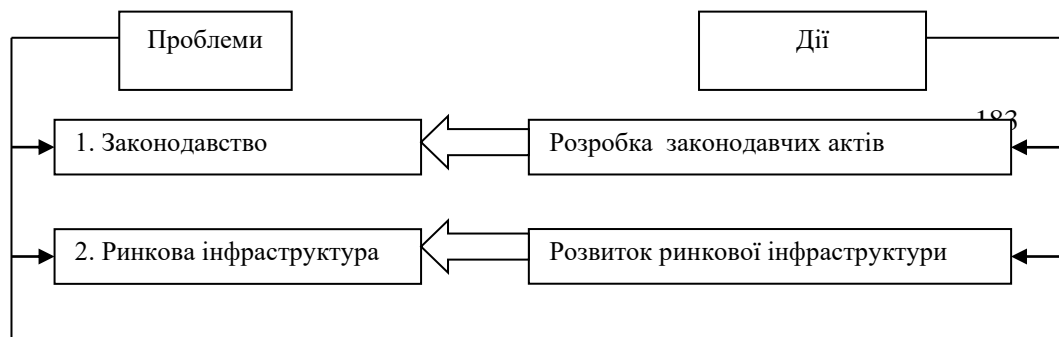




Рис. 2. Проблеми формування ринку послуг економічної експертизи

Проблема 1. Недосконале законодавче забезпечення процесу функціонування ринку послуг з економічної експертизи. Так, законодавчо не визначено поняття економічної експертизи, Державний класифікатор продукції та послуг [9] не містить навіть такого виду послуг. Також не визначено державного або приватного органу, який би контролював ринок економічної експертизи. Це не стосується судово-економічної експертизи, оскільки судово-економічна експертиза, як правило, виконується державними установами, які підпорядковані Міністерству юстиції України.

Проблема 2. Відсутність сформованої ринкової інфраструктури. У разі відсутності ринкової інфраструктури неможливо функціонування будь-якого ринку. В Україні процес формування інфраструктури ринку послуг економічної експертизи відбувається повільно, тому держава має його прискорити. Додатково до створення ринкової інфраструктури держава має також забезпечити правові гарантії, тобто, крім прийняття законів, створити умови для їх реалізації. Основна роль держави при формуванні певних видів ринку полягає в забезпеченні рівноваги в суспільстві, оскільки конкуренція та вільне ціноутворення не можуть існувати без розвинутої ринкової інфраструктури.

Проблема 3. Відсутність прозорих механізмів ціноутворення на ринку інтелектуальних послуг, зокрема на ринку послуг з економічної експертизи. Встановлення справедливої ціни на послугу є основним завданням виробника послуг, а відсутність чітких алгоритмів дозволяє «нечесним» виробникам встановлювати ціни, які є економічно необґрунтованими, найчастіше завищеними; це, в свою чергу,



негативно впливає на попит на послуги економічної експертизи. Крім того, в процесі ціноутворення необхідно враховувати якість наданих послуг. Поява на ринку якісних послуг економічної експертизи за справедливими цінами приведе до збільшення попиту на них, а отже, і до збільшення прибутків підприємств, що їх надають, з одного боку, та соціально-економічної корисності – з іншого.

Проблема 4. Послуги з економічної експертизи є неконкурентоспроможними ні на внутрішньому ринку, ні на зовнішньому. На зовнішньому ринку, мається на увазі на світовому ринку послуг, можливо, за рахунок недостатнього фінансування, українські підприємства використовують застарілі технології, а отже не зможуть конкурувати зі світовими лідерами у галузі експертиз. Що ж стосується внутрішнього ринку, то основними виробниками послуг економічної експертизи на сьогоднішній день є державні установи, а саме науково-дослідні інститути судових експертиз Міністерства юстиції України, а для стимулювання розвитку ринку послуг необхідно створювати умови для вільного входу в галузь недержавних установ.

Проблема 5. Відсутність системи підготовки спеціалістів у галузі економічної експертизи. В Україні не має освітніх закладів, які б готували спеціалістів з економічної експертизи. Унікальність кожної експертизи вимагає підготовки спеціалістів високого класу, тобто не просто спеціалістів в сфері бухгалтерського обліку, податкового обліку тощо, а спеціалістів широкого профілю. Крім того, необхідно враховувати і той факт, що спеціаліст має постійно підвищувати свою кваліфікацію. Якщо попит на послуги економічної експертизи буде збільшуватися, то можна припустити, що професіоналізм експертів буде також зростати.

ВИСНОВКИ

Аналіз проблем становлення ринку послуг економічної експертизи дозволив розробити рекомендації щодо формування цього ринку. Так, необхідно реалізувати наступні завдання:

- удосконалити законодавче забезпечення та визначити перелік обов'язкових економічних експертиз;
- створити механізм ціноутворення на послуги економічної експертизи;
- створити систему підготовки та підвищення кваліфікації кадрів;
- сприяти створенню конкурентного середовища на ринку послуг економічної експертизи, оскільки конкуренція виступає регулятором при встановленні ціни на послугу та сприятиме розширенню ринку послуг);
- створити державний або недержавний орган, який би контролював діяльність підприємств, що надають послуги економічної експертизи, або підпорядкувати вже існуючій організації, наприклад, Міністерству економіки;
- затвердити перелік послуг, що надаються експертними установами;



- сформувати єдиний реєстр експертів з економічних питань;
- створити національну інформаційну базу даних, яка буде включати в себе інформацію щодо підприємств, які надають послуги економічної експертизи, з наданням їх реквізитів та контактів.

Крім того, ця база даних має включати також результати економічних експертиз, якщо вони не є конфіденційними. Реалізація такого кроку дозволить зробити економічні відносини більш прозорими. Наприклад, підприємець замовляє економічну експертизу з фінансової діяльності свого постачальника, в результаті якої встановлено, що він продає неякісний товар з порушенням строків поставки, а при висуненні вимоги щодо повернення коштів – ці кошти не повертаються. Така інформація має бути доступною широкому загалу і, звісно, навряд чи цей підприємець довго буде працювати на ринку.

Слід зазначити, що саме завдання держави полягає в тому, щоб забезпечити відкритість інформації про наявність легальної та нелегальної (тіньової) діяльності окремих суб'єктів господарювання. Причому ця інформаційна база має об'єднувати результати діяльності експертних організацій та інших контролюючих органів (податкових інспекцій, контрольно-ревізійного управління, прокуратури тощо).

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гавриш Г. О. Послуга економічної експертизи: сутність та особливості / Г. О. Гавриш // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 6. – С. 5–10.
2. Парена В. А. Особливості участі сфери послуг у формуванні економічних відносин / В. А. Парена // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. Випуск 191: в 4 т. Том II. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2004. – С. 317–323.
3. Сидорова А. В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг : монография / А. В. Сидорова. – Донецк : ДонНУ, 2002. – 239 с.
4. Ярмач О. В. Интеллектуальные услуги: экономическое содержание и виды / О. В. Ярмач // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. – Випуск 243: у 5 т. – Т. 4. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2008. – С. 864–873.
5. Марченко О. С. Консалтингові ресурси національних інноваційних систем. Економіко-теоретичний аналіз : [монографія] / О. С. Марченко. – Харків : Право, 2008. – 280 с.
6. Верба В. А. Еволюція впливу управлінського консультування на розвиток підприємств / В. А. Верба // Стратегія розв. України: соціол., економіка, право. — 2008. – № 1/2. – С. 579-587.
7. Книш М. Г. Методологічні підходи консалтингу: проектне, процесне, експертне консультування / М. Г. Книш, М. Б. Буньо // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. політехніка». Менедж. та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2008. – № 624. – С. 184–190.
8. Гавриш Г. О. Послуга економічної експертизи: сутність та особливості / Г. О. Гавриш // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2011. – № 6. – С. 5–10.
9. Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016-97 № 822 від 30.12.97: затверджено наказом Держстандарту України від 30 грудня 1997 р. № 822 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.5200.0>

Дата надходження до редакції – 11.04.2013 р.



ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВНЗ

УДК 330.519.86

*Порохня В. М.,
Ус Г. О.¹*

МОДЕЛЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті подано модель ефективності функціонування системи управління знаннями вищого навчального закладу. Розроблено модель управління ефективністю системи управління знаннями на основі максимізації функції корисності підвищення рівня знань в залежності від сукупних витрат на навчання студентів.

***Ключові слова:** система управління знаннями, дистанційна освіта, функція корисності, економічна додана вартість.*

ВСТУП

В умовах бурхливого розвитку технологій знання стають вирішальним ресурсом у досягненні конкурентних переваг та ефективності діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Знання – один з основних ресурсів суб'єкта господарювання, до яких відносять документи на носіях різної природи, бази даних та знань, а також персонал, що має знання у вигляді компетенцій, декларативних і процедурних знань та вмій [1, 2].

Знання, їх сутність, методи та засоби управління тотожні в галузях освіти та економічної діяльності, якщо вважати їх інструментом вирішення проблем у реалізації бізнес-процесів у цих сферах. Завдання з управління знаннями в освіті реалізуються у контексті відношень суб'єктів економіки та менеджменту, якщо оперувати категоріями життєвого циклу знань як деякого виду інформації, що підлягає трансферу в інтелектуальну сферу персоналу, студента, учня, тьютора, викладача та призначеного для вирішення поточних завдань виробничих чи навчальних процесів; вирішення таких завдань у майбутньому, після закінчення терміну навчання носіїв знань.

У зв'язку з цим набувають актуальності питання щодо моделювання систем управління знаннями у вищих навчальних закладах.

¹ Рецензент – Казарінова Н. Л., д. е. н., професор



ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета статті полягає у розробці методів моделювання *процесів управління знаннями*: їх накопичення, обмін, сприйняття та обробка в освіті та в організаційному управлінні в умовах глобалізації інформаційного середовища, спрямованих на підвищення ефективності діяльності ВНЗ.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

До системи управління знаннями (далі – СУЗ) відносять діяльність підрозділів ВНЗ з управління процесами, базами даних, програмним забезпеченням, персоналом щодо пошуку чи утворення та переробки деякої спеціальної інформації. Це міждисциплінарна та багатоаспектна діяльність, що забезпечує досягнення поставлених цілей.

Основною складовою СУЗ є формування, розвиток і реалізація інтелектуального капіталу (ІК), де одну з головних ролей відіграє вища освіта, яка безпосередньо формує людський капітал (ЛК) [1]. Головне завдання ВНЗ – підготувати фахівців, здатних і бажаючих створювати й сприймати зміни і нововведення [2]. Саме здатність ефективно продукувати нові найсучасніші знання і доносити їх до споживачів (студентів та слухачів), формувати нові генерації висококваліфікованих фахівців і адаптувати їх до мінливих вимог ринку визначають конкурентоспроможність національної системи освіти і конкретних вищих навчальних закладів (ВНЗ) [1].

Суб'єктами управління знаннями є науково-педагогічні працівники (ЛК), діяльність яких спрямована на формування навчальних предметів, постановку цілей та розробку завдань, визначення знань, пов'язаних з рухом процесів навчання, координацію переходу від одного етапу трансформації знання до іншого, спрямування та корегування цього процесу.

Людський капітал фірми складається з суми колективних знань персоналу ВНЗ, їхніх творчих можливостей, уміння і здібностей знаходити вирішення проблем, лідерських якостей, підприємницьких і управлінських навичок, а також мобільності і взаємозамінності працівників, що дає можливість, не збільшуючи витрат на заробітну плату, швидко і якісно виконувати поставлені завдання. Збільшення людського капіталу можливе за рахунок набуття співробітниками знань та можливість надавати ці знання та практичні навички студентам і більш якісно організувати навчальний процес.

Інтелектуальний капітал існує в двох формах – прихованій (людський досвід і практика) і явній (документи та дані), тому управління знаннями можна визначити як культурний і як технологічний процес створення, збору, спільного використання,



оцінки та повторного застосування знань, які є невід'ємною частиною ІК [3].

Управляти знаннями – означає систематично, точно і виважено формувати, обновляти і застосовувати їх з метою максимізації ефективності роботи ВНЗ і отримання доданої вартості від нематеріальних активів, заснованих на знаннях. Ці знання стають його ІК [4, 5]. Тому для ВНЗ стає життєво важливим забезпечити ефективне управління знаннями, які включають в себе абсолютно різні складові, а саме: структурування знань персоналу ВНЗ, навчання, обмін знаннями, управління внутрішніми та зовнішніми потоками інформації, спільну роботу в структурних підрозділах тощо.

Потреби розвитку ВНЗ вимагають пошуку нових форм формалізації знань, якими володіють викладачі з метою зниження залежності від індивідуума, та щоб ними користувався широкий загал учасників навчального процесу, як тьюторів, так і студентів. З цією метою впроваджена технологія розміщення змісту предметів у навчальній мережі університету.

Наукові засади дистанційного навчання та електронних технологій освіти формувались в університеті з перших років його створення. Ці напрями вважаються інноваційними складовими розвитку ВНЗ нового типу і розгортались у контексті створення наукових і організаційних засад управління вищим навчальним закладом у новій українській економіці. В університеті розроблено концепцію неперервної освіти для ОКХ «молодший спеціаліст – бакалавр – спеціаліст – магістр», в межах якої виникла потреба розвитку електронних та дистанційних технологій навчання.

Вчені університету є керівниками науково-дослідних робіт, які фінансуються ректоратом СУЕМ, та вирішують наукові завдання, пов'язані з технологіями дистанційної освіти.

Наукові дослідження, які проводяться в рамках комплексної наукової теми «Створення, шляхи розвитку і менеджмент освітніх закладів недержавної форми власності в Україні», виконуються на кафедрах університету, де досліджуються процеси управління ВНЗ і навчальним процесом у нових економічних умовах. Один з перших практичних результатів, отриманих групою вчених кафедри економічної кібернетики, – впровадження в практику навчання бакалаврів та магістрів тестування знань з використанням моделей студентів.

Цілі наукової діяльності університету в умовах системної кризи освіти в Україні – збільшення потенціалу, призначеного генерувати нові знання для навчального процесу, а також вдосконалення навчальних технологій. Ці цілі досягаються створеною в університеті системою управління науковою діяльністю викладачів кафедр. Така система включає планування наукової роботи в рамках робочого дня викладачів і наукової роботи, що фінансується замовниками за тематикою. Автори статті брали участь у розробці декількох наукових тем:



1. Комп'ютерні технології формування інформаційного та методичного комплексів спеціальності вищого навчального закладу.
2. Створення електронної бібліотеки посібників вищого навчального закладу.
3. Електронні та мережеві технології навчання і прийняття рішень для управління дистанційною освітою.
4. Методи та засоби формування та застосування змісту навчального матеріалу в умовах використання дистанційних технологій.
5. Технології активізації та інтенсифікації навчальної діяльності шляхом впровадження інноваційних методів навчання.
6. Методологія контролю знань в умовах локального та віддаленого навчання іноземної мови у вищому навчальному закладі.
7. Тестові методи оцінки успішності знань і професійної придатності як шлях до дистанційної освіти.
8. Адаптивні моделі та методи для персоналізованого навчання.
9. Оцінка ефективності впровадження системи дистанційного навчання.
10. Правове забезпечення дистанційної форми навчання у вищому навчальному закладі недержавної форми власності.
11. Моделі та методи інформаційного менеджменту для управління інтелектуальними ресурсами.

У межах теми «Комп'ютерні технології формування інформаційного та методичного комплексів спеціальності вищого навчального закладу» були виконані роботи, які створили основу для інформаційного та методичного забезпечення електронних, в тому числі і дистанційних, технологій навчання.

Проект «Дослідження і розвиток дистанційної освіти для регіонів» продовжив дослідження науково-педагогічних працівників університету з проблем електронних технологій навчання, а також поставив конкретні завдання впровадження результатів досліджень у навчальний процес. Проект CDL&R реалізується в рамках «бюджетної» тематики наукової роботи, а замовником є адміністрація Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Проект пов'язав академічні дослідження з практичними потребами університету, джерелом яких є навчальна діяльність наших регіональних структур. Методична база навчального процесу в регіональних структурах створюється спільними зусиллями викладачів СУЕМ та викладачів регіональних структур. В умовах «розподіленого» навчального процесу (ми інтерпретуємо комп'ютерний термін «розподілена обробка даних») стало очевидно, що необхідні технології електронного навчання для ефективного використання інтелектуальних ресурсів.



Для того, щоб реалізувати управління дистанційною освітою та у відповідності з розробленими автором моделями була створена організаційна структура – відділ дистанційного навчання, в якому формувались знання тьюторів та мобілізувались інтелектуальні ресурси викладачів. Одночасно проводилось навчання студентів за сформованими електронними ресурсами. Креативна частина студентів має змогу користуватись не тільки електронними версіями конспектів та іншого методичного забезпечення, але і альтернативно представленими, тобто версіями декларативної частини навчального курсу у вигляді схем вербальної та візуальної форми представлення контенту.

Це пояснюється дещо вищою мотивацією таких студентів та належністю їх відразу до кількох ментальних типів щодо сприйняття нових знань. Модель управління знаннями студентів базується на впливі на характеристики інформаційного потоку з метою їх пристосування до індивідуальних можливостей студента на основі оцінки його ментального стану. Модель знань необхідна для порівняння поточного стану знань студентів з моделями предметних галузей та для управління інтерпретацією зовнішнього представлення їх змісту відповідно до його ментальних характеристик. Для персоналізації форми представлення знань (схема – рисунок – текст – звук) тьютор виготовляє відповідні версії змісту знань, що розміщуються в електронній бібліотеці. Студенту пропонується версія контенту, що відповідає його перевагам щодо сприйняття інформації, формуються процедури управління темпом, формою, складністю, вибором теми.

Адаптація до можливостей щодо швидкості (темпу) сприйняття знань реалізується агентом СУЗ, що входить до складу засобів дистанційного навчання (в СУЗ Східноєвропейського університету) автоматично в управлінні кількістю елементів тексту чи зображення на моніторі, що надається агенту-студенту. Адаптивне управління текстовим потоком декларативних знань здійснюється двома альтернативними способами. Перший – тьютор виготовляє кілька версій текстового представлення предмету, кожний з яких відповідає перцептивному типові. Другий передбачає створення програмних агентів, що трансформують тексти автоматично у залежності від перцептивного типу. Для зберігання даних про ментальний стан студента реалізовано засоби функціонування «особистого кабінету студента», що розміщується на сайті ВНЗ та забезпечує також інші потреби студента – дані про його рейтинг, графік навчання та ін.

СДО «Прометей» дозволяє відслідковувати відвідування студентами електронних ресурсів університету, що забезпечує збір статистичних даних для розрахунку ефективності від запропонованих моделей. Стан знань, що знаходяться на носіях, контролюються на якість щодо форм представлення та відповідності вимогам. Для університету відповідні бізнес-процеси реалізують структури



методичного напрямку, підтримки електронних бібліотек, дистанційного навчання.

Планування діяльності університету здійснюється на річний період для основних бізнес-процесів ВНЗ, власниками яких є керівники відповідних напрямів роботи.

Модель навчального процесу включає основні бізнес-процеси управління знаннями відповідно до циклу PDCA і починається з планування системи освітнього процесу, на якому формується ментальний профіль студента. Здійснення освітнього процесу – другий етап моделі – забезпечується розробкою навчально-методичних комплексів дисциплін. Основним бізнес-процесом, що дає можливість здійснювати контроль освітнього процесу, є третій етап. Четвертий етап – корегування системи управління знаннями в аспекті фінансового та знання-орієнтованого менеджменту ВНЗ.

В університеті під керівництвом автора роботи створений Навчально-науково-виробничий центр, основними складовими якого є Навчально-тренувальний банк, Страхова компанія, робота на валютному ринку, створення віртуальних підприємств за допомогою програмних продуктів корпорації «Парус». До навчання у вищезазначених підрозділах залучаються студенти, які мають практичний нахил. Вони отримують практичні навички, а за умови успішної здачі тестових завдань – і сертифікати. Практичні знання, підтвержені сертифікатом університету, дають можливість випускникам бути запрошеними роботодавцями на посади у підприємницькій структурі та у банківській установі.

Головний показник, який свідчить про ефективність роботи ВНЗ, – це, на нашу думку, показник ефективності діяльності закладу:

$$E = \frac{\sum_i N_{in}}{\sum_i N_i} * Din \quad (1),$$

де N_{in} – кількість студентів i -ї спеціальності, що знайшли роботу за спеціальністю після закінчення ВНЗ;

Din – коефіцієнт попиту на випускників i -ї спеціальності;

N_i – загальна кількість студентів i -ї спеціальності.

На показник E впливають наступні фактори:

- 1) регіональний та всеукраїнський рейтинг ВНЗ;
- 2) попит на випускників i -ї спеціальності;
- 3) ліцензований обсяг студентів i -ї спеціальності;
- 4) вартість навчання;
- 5) суб'єктивне відношення абітурієнта до ВНЗ;
- 6) кваліфікація випускників(рівень знань); загальна кількість студентів i -ї спеціальності;
- 7) якість навчання;



- 8) рівень навчально-методичного забезпечення ВНЗ;
- 9) рівень інтелектуального капіталу викладацького складу; активність студентів (участь та результат в студентських конференціях, олімпіадах);
- 10) сучасні ІТ-технології в навчанні і підвищенні рівня знань;
- 11) система проходження виробничих та переддипломних практик;
- 12) наявність соціального капіталу для забезпечення підвищення рівня знань.

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту надає навчальні послуги на конкретній основі, складає фінансову звітність, отримує доходи та здійснює видатки, тому в модель, крім показника корисності, включаємо ще й економічний показник. Прибуток, що залишається у ВНЗ після сплати всіх видатків, спрямовується на модернізацію процесу навчання, що впливає на кваліфікацію випускників, рейтинг ВНЗ, а отже, і на функцію корисності. Отже, корисність прямо пропорційно залежить від економічного ефекту діяльності ВНЗ.

За основну мету функціонування ВНЗ, його соціальної структури покладено максимізацію функції корисності підвищення рівня знань, яка може бути представлена в такому вигляді:

$$U_{корис} \rightarrow \max$$

Відповідно ефективність роботи ВНЗ оцінюється функцією корисності підвищення рівня знань:

$$U_{корис} = (a * \ln X_1 * P_1 + b * \ln X_2 * P_2 + c * \ln X_3 * P_3) * E \rightarrow \max \quad (2),$$

де a, b, c – ваги; X_1 – кількість студентів, знання яких оцінені як креативні; X_2 – кількість студентів, які мають практичні навички; X_3 – кількість студентів, які підвищили рівень знань за шкалою; N_i – загальна кількість студентів i -ї спеціальності; P_1 – вартість навчання студентів, знання яких оцінені як креативні; P_2 – вартість навчання студентів, які мають практичні навички; P_3 – вартість навчання студентів, які підвищили рівень знань за шкалою.

Обмеження:

$$0.1 N_i < X_1 < 0.9 N_i, \quad 1.1 X_1 > X_2 > 1.8 * X_1, \quad 0.5 N_i < X_3 < 0.9 N_i$$

$$X_1 + X_2 + X_3 < N, \quad EVA < (K - S) * F,$$

$$\text{де } K - \text{ рентабельність загального доходу, } K = V * P * X_3 / \text{дохід};$$

V – рейтинг ВНЗ;

P – вартість навчання студентів i -ї спеціальності;

S – коефіцієнт обіговості вкладених коштів в знання, $S = L * R$;

L – питома вага обігових нематеріальних активів, встановлений експертним методом;

R – коефіцієнт обіговості нематеріальних активів, статистичні дані ВНЗ;



EVA – економічна додана вартість - планова, $= 0.15 * \text{дохід}$;
 $(K-S) * F$ – розрахована EVA .

Відомо, що оцінювання знань студентів пов'язано з розвитком людського капіталу. Сутність і властивості людського капіталу [5] – це: 1) сукупність знань, досвіду, навичок, творчих можливостей, здібностей конкретних фізичних осіб; є невіддільною і невідчужуваною від її володаря – фізичної особи; 2) навички, таланти і ноу-хау співробітників, які необхідні для виконання певних завдань для стратегічного розвитку фірми; 3) набуті знання, навички, мотивації, якими наділені людські істоти і які можуть використовуватися протягом визначеного періоду часу з метою виробництва товарів та послуг. А використання його – це стратегія, яка спрямована на збільшення продуктивності фізичного капіталу й економічної доданої вартості – джерел зростання, інерції або гальмування суспільно-виробничих процесів в економіці, яка є основною економічною категорією економічного зростання. Отже, економічна додана вартість та її оцінювання безпосередньо пов'язані з процесами накопичення знань і є одним із методів вимірювання людського капіталу. Враховуючи даний концептуальний підхід, проведемо пошук оптимальних рішень щодо підвищення рівня знань та його управління, використовуючи дані табл. 1.

Таблиця 1

Вихідні дані для моделювання ефективності підвищення знань

	Показники	Бакалавр, 2011	Бакалавр, 2012	Магістр, 2011	Магістр, 2012
1.	Рейтинг ВНЗ (V)	0,8	0,8	0,8	0,8
2.	Коефіцієнт потреби регіону у випускниках (D_i)	1,0	1,0	1,0	1,0
3.	Вартість навчання (оптимальна) (P_i)	7800	8000	9100	9200
4.	Витрати на навчання (P_{plan})	5100	4900	5500	5100
5.	Ліцензований обсяг студентів (L_i)	65	65	50	50
6.	Ризик невизначеності (W_i)	0,038	0,038	0,038	0,038
7.	Загальна кількість студентів (N_i)	65	65	50	50
8.	Число місць, що потребує студентів (M_i)	45	45	45	45
9.	Кваліфікація студента (K_i)	0,80070	0,80070	0,90	0,907
10.	Прогнозна кількість студентів, які знайдуть роботу за спеціальністю (N_{in})	29,73	32,38	38	42
11	Доходи, грн	507000	520000	455000	460000
12	Сукупні витрати, грн	331500	318500	275000	255000
13	Прибуток, грн	175500	201500	180000	205000
14	Рентабельність (R_i)	1,529	1,632	1,654	1,804

Серед головних показників, які застосовують для оцінювання рівня знань студентів та його підвищення, обов'язково присутні показники сукупних витрат на навчання та вартість навчання студентів, що дозволяє моделювати витрати на студентів, знання яких можуть бути оцінені як креативні; на студентів, які отримують практичні навички; на студентів, які підвищують рівень знань за встановленою шкалою.



Результати пошуку оптимального рівня накопичення знань для спеціальності «Економіка підприємства» (бакалаври, магістри) протягом двох років наведені в табл. 2–5.

Таблиця 2

Бакалавр-2011

Укорис	x1	x2	x3	p1	p2	p3	X1+X2+X3	Дохід	N	E
9,07	13	19	32	7800	5100	4900	65	507000	65	0,55
								V(рейтинг ВНЗ)		
a	0,2		(K-S)*F	17000		EVA	30000	0,8		
b	0,3									
c	0,5		F	331500		u	eva			
K	0,25					9,07	17000			
L	0,5									
R	0,4									
S	0,2									
6,5	32,5	0,9*N	23,4							
0,1*N	0,5*N	58,5	1.8*X1							

Відповідно до вихідних даних оптимальне співвідношення розподілу кількості студентів, знання яких оцінені як креативні, кількості студентів, які мають практичні навички та кількості студентів, які підвищили рівень знань за шкалою, буде знаходитись в межах 14/19/32, що відповідає оптимальному рівню функції корисності в межах 9,07 одиниць. Це дає можливість отримати економічну додану вартість в межах 17 000 грн за рахунок підвищення знань студентів-бакалаврів 2011 року.

Таблиця 3

Бакалавр-2012

Укорис	x1	x2	x3	p1	p2	p3	X1+X2+X3	Дохід	N	E
9,54	13	19	33	80000	5100	4900	65	520000	65	0,55
								V(рейтинг ВНЗ)		
a	0,2		(K-S)*F	14333		EVA	30000	0,8		
b	0,3									
c	0,5		F	318500		u	eva	x1/x2/x3		
K	0,25					9,54	14333	13/19/33		
L	0,5									
R	0,4									
S	0,2									
6,5	32,5	0,9*N	23,4							
0,1*N	0,5*N	58,5	1.8*X1							



Оптимальне співвідношення розподілу кількості студентів, знання яких оцінені як креативні, кількості студентів, які мають практичні навички та кількості студентів, які підвищили рівень знань за шкалою, буде знаходитись у межах 13/19/33, що відповідає оптимальному рівню функції корисності в межах 9,54 одиниць. Це дає можливість отримати економічну додану вартість в межах 14 333 грн за рахунок підвищення знань студентів-бакалаврів 2012 року.

Загалом для студентів-бакалаврів зазначеної спеціальності має місце явне зростання рівня функції корисності, яке підтверджується збільшенням економічної доданої вартості.

Таблиця 4

Магістр-2011

Укорис	x1	x2	x3	p1	p2	p3	X1+X2 +X3	Доход	N	E
11,31	10	15	25	9100	5500	5000	50	455000	50	0,96
								V(рейтинг ВНЗ)		
a	0,2		(K- S)*F	5439,6		EVA	30000	0,8		
b	0,3									
c	0,5		F	275000		u	eva	x1/x2/x3		
K	0,22					11,31	5439,6	10/15/25		
L	0,5									
R	0,4									
S	0,2									
5	25	0,9*N	18							
0,1*N	0,5*N	45	1.8*X1							

Оптимальне співвідношення розподілу кількості студентів, знання яких оцінені як креативні, кількості студентів, які мають практичні навички та кількості студентів, які підвищили рівень знань за шкалою, буде знаходитись в межах 10/15/25, що відповідає оптимальному рівню функції корисності в межах 11,31 одиниць. Це дає можливість отримати економічну додану вартість в межах 5440 грн за рахунок підвищення знань студентів-магістрів 2011 року.

Відповідно до вихідних даних оптимальне співвідношення кількості студентів, знання яких оцінені як креативні, кількості студентів, які мають практичні навички та кількості студентів, які підвищили рівень знань за шкалою, буде знаходитись в межах 10/15/25, що відповідає оптимальному рівню функції корисності в межах 11,38 одиниць. Це дає можливість отримати економічну додану вартість в межах 8869 грн за рахунок підвищення знань студентів-магістрів 2012 року.



Таблиця 5

Магістр-2012

Укорис	x1	x2	x3	p1	p2	p3	X1+X2 +X3	Доход	N	E
11,38	10	15	25	9200	6100	5400	50	460000	50	0,96
								V(рейтинг ВНЗ)		
a	0,2		(K- S)*F	8869,6		EVA	30000	0,8		
b	0,3									
c	0,5		F	255000		u	eva	x1/x2/x3		
K	0,23					11,43	8869	10/15/25		
L	0,5									
R	0,4									
S	0,2									
5	25	0,9*N	18							
0,1*N	0,5*N	45	1.8*X1							

Зведемо всі дані в табл. 6, яка дає можливість узагальнити результати дослідження та виконати прогнозування щодо розвитку ВНЗ на наступні роки. В якості параметрів моделювання оберемо зростання сукупних витрат на навчання студентів, знання яких можуть бути оцінені як креативні; на студентів, які отримають практичні навички; на студентів, які підвищать рівень знань за встановленою шкалою.

Таблиця 6

Модель оптимізації ефективності підвищення рівня знань спеціальності «Економіка підприємства»

	Показники	Бакалавр, 2011	Бакалавр, 2012	Бакалавр, 2013 (прогноз)	Магістр, 2011	Магістр, 2012	Магістр, 2013 (прогноз)
1	Коефіцієнт корисності (Ukor)	9,07	9,54	10,26	11,31	11,38	11,41
2	Співвідношен- ня X1/X2/X3	14/19/32	13/19/33	14/21/30	10/15/25	10/15/25	12/13/25
	EVA, тис. грн	17000	14333	25698	5440	8869	7200

Отже, прогнозне зростання сукупних витрат на навчання студентів-магістрів не завжди співвідноситься з отриманням у короткостроковому періоді зростання економічної доданої вартості. В цьому випадку ВНЗ слід підвищувати людський потенціал викладацького складу, віддача від якого дещо сповільнилася. Підвищення знань студентів-магістрів зазначеної спеціальності незначно вплинуло на ріст рівня функції корисності, а це спричинює коливання економічної доданої вартості. Незважаючи на те, що магістерські програми більш фінансово забезпечені по відношенню до бакалаврських, на жаль, сукупні витрати в них потребують значного вкладення як у фінансовому, так і в соціальному плані.



ВИСНОВКИ

Модель та процес моделювання ефективності функціонування системи управління знаннями ВНЗ на основі максимізації функції корисності підвищення рівня знань в залежності від сукупних витрат на навчання студентів та на підвищення якості навчально-методичного забезпечення і прогнозованої величини економічної доданої вартості діяльності ВНЗ протягом оптимізації дає змогу отримати запланований рівень людського капіталу навчально-педагогічного складу ВНЗ та якісний рівень випускників.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С. М. Сутність, структура і методичні основи оцінки інтелектуального капіталу підприємства / С. М. Ілляшенко // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 16–26.
2. Кремень В. Г. К обществу знаний – через совершенствование системы образования / В. Г. Кремень; под. ред. д. э. н., проф. Л. Г. Мельника // Социально-экономические проблемы информационного общества. – Сумы : ИТД «Университетская книга», 2005. – С. 34–40.
3. Интеллектуальный капитал – стратегический потенциал организации : учебное пособие / под ред. Гапоненко А. Л. и Орловой Т. М. – М., 2003. – 184 с.
4. Макаров А. М. Измерение интеллектуального капитала организации [Электронный ресурс] / А. М. Макаров. – Режим доступа : <http://www.makarov.udm.ru>
5. Порохня В. М. Интеллектуальный капитал економічного зростання : навчальний посібник / В. М. Порохня. – Запоріжжя : КПУ, 2012. – 567 с.

Дата надходження до редакції – 19.03.2013 р.

УДК 330.341.1:378

Возна В. В.¹

РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Проаналізовано теоретичні підходи щодо трактування дефініції «конкурентоспроможність ВНЗ» та визначено чинники конкурентоспроможності, які безпосередньо стосуються інтелектуального капіталу ВНЗ. Обґрунтовано доцільність управління інтелектуальним капіталом ВНЗ для забезпечення його інноваційного розвитку та конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Ключові слова: конкурентоспроможність ВНЗ, інтелектуальний капітал ВНЗ, інноваційність, рейтинги ВНЗ.

ВСТУП

Загострення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг, викликане його глобалізацією і вільним доступом до освіти в Україні і

¹ Рецензент – Козловський В. В., д. е. н., професор



за кордоном, зниженням чисельності потенційних абітурієнтів, зростанням вибагливості споживчих запитів, регулюючими діями МОН тощо актуалізують пошук вітчизняними вищими навчальними закладами (ВНЗ) шляхів підвищення їх конкурентоспроможності.

В Україні проблема конкуренції у сфері надання освітніх послуг ще є досить новою для досліджень, але можна виділити науковців, які вже зробили вагомий внесок у розвиток теоретичних аспектів менеджменту і маркетингу освіти, оцінки конкурентоспроможності ВНЗ, такі як І. В. Іванов, Н. М. Ушакова, В. В. Глухов, М. І. Пащенко, В. А. Лазарев, Н. Моїсєєва, Н. Піскунова, Г. Костін, Ілляшенко С. М., Оболенська Т. Є., Семенюк С. Б., Решетілова Т. Б., Решетнікова І. А. та ін.

Проте існує вкрай мало [1] досліджень, які присвячені аналізу ролі інтелектуального капіталу у забезпеченні конкурентоспроможності та розвитку ВНЗ. Однак світові тенденції свідчать, що саме інтелект і знання виходять на чільні місця серед факторів розвитку практично всіх сфер господарської діяльності, тим більше освіти.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є визначення ролі інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг.

Відповідно до поставленої мети визначено наступні завдання:

- проаналізувати теоретичні підходи щодо трактування дефініції «конкурентоспроможність ВНЗ»;
- на основі проведеного аналізу виокремити саме ті чинники конкурентоспроможності, які безпосередньо стосуються інтелектуального капіталу ВНЗ;
- визначити чинники конкурентоспроможності ВНЗ на основі теоретичного аналізу та за результатами опитування замовників (студентів, абітурієнтів, працедавців), аналізу міжнародних та вітчизняних рейтингів (у т. ч. вебметричних);
- аргументувати зв'язок «інтелектуальний капітал ВНЗ – інноваційний розвиток – конкурентоспроможність»;
- обґрунтувати доцільність управління інтелектуальним капіталом ВНЗ для забезпечення його інноваційного розвитку та конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Активізація підприємницької діяльності та поява приватних ВНЗ обумовила розвиток ринкових відносин у сфері вищої освіти України та посилення конкуренції. В Україні сформувався ринок освітніх послуг, що пропонує широкий вибір ВНЗ різних організаційно-правових форм і напрямів підготовки, які мають у своєму розпорядженні різноманітні форми й методи навчання.



У таких умовах освітні послуги на сучасному ринку, так само, як і будь-який товар, реалізуються в умовах жорсткої конкуренції. ВНЗ необхідно нарощувати конкурентні переваги та завойовувати міцні позиції на ринку.

У теорії конкурентних переваг, розробленій М. Портером, зазначається, що конкурентні переваги формуються завдяки ефективності використання усіх видів ресурсів організації, а не лише через їхню наявність, як це трактується з позиції ресурсного підходу, в рамках якого створення конкурентних переваг залежить від володіння організацією цінними, рідкісними та унікальними ресурсами, до яких належать інтелект і знання персоналу, тобто інтелектуальний капітал (ІК).

Т. Стюарт [2] даний тип ресурсів називає невідчутними. Відповідно ІК містить у собі ресурси та можливості, що є цінними, рідкісними, винятковими та незамінними. Саме вони забезпечують стійкі конкурентні переваги та відносно високі результати для організації. Їх вагомість у різноманітних рейтингах ВНЗ лише зростає, що ставить вітчизняні ВНЗ перед необхідністю активізувати діяльність щодо розвитку і реалізації ІК.

З цієї позиції проведемо аналіз трактування конкурентоспроможності ВНЗ та підходів до визначення його складових, ролі ІК у забезпеченні конкурентоспроможності ВНЗ.

М. І. Пащенко [3] розглядає конкурентоспроможність ВНЗ як його теперішні та потенційні здатності (можливості) з надання освітніх послуг відповідного рівня, що задовольняють потреби суспільства при підготовці висококваліфікованих фахівців, а також потреби з розробки, становлення та реалізації науково-методичної і науково-технічної продукції як в теперішній час, так і в майбутньому.

В. А. Лазарев [4] визначає конкурентоспроможність ВНЗ як комплексну його характеристику за певний період часу в умовах конкретного ринку, що відображає перевагу над конкурентами за низкою визначальних показників – фінансово-економічних, маркетингових, матеріально-технічних, кадрових та соціально-політичних, а також здатність ВНЗ до безризикового функціонування і своєчасної адаптації до умов зовнішнього середовища, що змінюється.

За визначенням Р. О. Фатхутдінова [5], конкурентоспроможність ВНЗ – це: «...1) підготовка фахівців, які в змозі вести конкурентну боротьбу на внутрішньому та зовнішньому ринку праці; 2) спроможність розробляти конкурентні інновації в галузі освіти; 3) вміння вести ефективну політику в усіх сферах своєї діяльності».

Н. Моїсеєва, Н. Піскунова, Г. Костін [6] трактують конкурентоспроможність освітньої установи як фактор, залежний, в основному, від іміджу ВНЗ (освітньої установи), що визначається



такими показниками: загальна популярність і репутація, швидкість реагування на зміни запитів споживачів (абітурієнтів і роботодавців), інноваційний потенціал і його реалізація, престиж спеціальностей, рекламна політика, рівень закордонних зв'язків, фінансова забезпеченість (стійкість), конкурентний статус.

Л. А. Корчагова [7] розглядає конкурентоспроможність ВНЗ як його здатність бути виділеним серед інших вищих навчальних закладів в силу якнайкращих соціально-економічних показників, таких як якість навчання, ціна, форми і методи навчання, умови, місце розташування, престиж, реклама та ін.

Н. Верхоглядова [8] зазначає, що «конкурентоспроможністю ВНЗ, як суб'єкта ринку освітніх послуг, є його здатність здійснювати діяльність і формування освітнього продукту та асортименту послуг, що відповідають потребам конкурентного ринку. Конкурентоспроможність ВНЗ обумовлюється, насамперед, конкурентоспроможністю його освітніх послуг і продуктів, а також конкурентоспроможністю ресурсного забезпечення (інтегральна характеристика закладу, обумовлена такими комплексними характеристиками, як кваліфікація професорсько-викладацького складу, розвиненість його науково-методичної і матеріально-технічної бази, широта охоплення напрямів підготовки, конкурентоспроможність фахівців, підготовку яких здійснює ВНЗ, що є результатом взаємопов'язаних бізнес-процесів).

Необхідно зазначити, що ВНЗ працює на двох ринках: на ринку освітніх послуг і продуктів та на ринку робочої сили. Враховуючи це, варто розглядати конкурентоспроможність ВНЗ на ринку освітніх послуг і продуктів та конкурентоспроможність ВНЗ на ринку робочої сили. Успішність освітньої діяльності залежить в першу чергу від якості науково-педагогічного потенціалу та конкурентоспроможності випускників на ринку праці.

У рамках вищої освіти конкурентоспроможність визначається попитом абітурієнтів на освітні послуги конкретного ВНЗ і затребуваністю випускників на ринку праці [9].

Фактори, що впливають на конкурентоспроможність ВНЗ, доцільно систематизувати та класифікувати, оскільки вони є неоднорідними за своєю природою, характером та ступенем дії.

Зважаючи на це, пропонується фактори, що впливають на конкурентоспроможність ВНЗ, класифікувати за джерелами їх походження – на зовнішні та внутрішні [10].

Зовнішні фактори (фактори зовнішнього середовища) відображають сукупність тих умов, до яких адаптується ВНЗ. Зовнішні фактори не піддаються впливові з боку ВНЗ. Але їх доцільно враховувати в оцінці конкурентоспроможності ВНЗ та виборі конкурентної стратегії.



Внутрішні фактори (фактори внутрішнього середовища) визначають потенціал та ефективність процесу адаптації до існуючих та майбутніх освітніх потреб. Це можливості ВНЗ по забезпеченню власної конкурентоспроможності (стратегічний потенціал). Завдання ВНЗ полягає в тому, щоб на основі аналізу факторів зовнішнього середовища перетворити внутрішні фактори в реальні конкурентні переваги у вигляді конкурентної продукції, якою є освітні послуги [11].

Досліджуючи роль інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспроможності та розвитку ВНЗ, варто проаналізувати саме фактори внутрішнього середовища вищого навчального закладу, що впливають на конкурентні переваги. Узагальнення викладених вище підходів до визначення факторів конкурентоспроможності ВНЗ, що впливають на його конкурентоспроможність, дало підстави для їх систематизації (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори внутрішнього середовища ВНЗ

Складові конкурентоспроможності	Показники конкурентоспроможності
1	2
Фінансово-економічні	- Коефіцієнт фінансового забезпечення одного студента/викладача грошовими засобами; - коефіцієнт рентабельності підприємницької діяльності; - співвідношення позабюджетних та бюджетних джерел фінансування.
Маркетингова	- Цінова конкурентоспроможність послуг; - якість послуг; - частка програм MBA серед спеціальностей підготовки; - коефіцієнт ефективності реклами.
Матеріально-технічна	- Фондоозброєність праці; - коефіцієнт придатності основних засобів; - коефіцієнт забезпеченості та оновлення навчально-лабораторної, інструментальною, бібліотечною та спортивною баз; - коефіцієнт інформатизації; - забезпеченість житловою площею гуртожитків.
Кадрова	- Рівень кваліфікації науково-педагогічних кадрів; - продуктивність докторських і кандидатських спецрад; - коефіцієнт інтенсивності видання підручників і посібників; - середньомісячна заробітна плата персоналу; - коефіцієнт стабільності (плинності) кадрів; - рівень трудової дисципліни.



1	2
Якість підготовки	<ul style="list-style-type: none">- Відсоток дипломів з відзнакою,- рекомендації в аспірантуру,- відсоток заявок на працевлаштування молодих спеціалістів до загального випуску,- коефіцієнт працевлаштованих випускників,- представництво випускників у політичній, економічній, культурній еліті регіону, міста,- рівень володіння іноземними мовами та інформаційними технологіями,- темпи кар'єрного зростання випускників.

Джерело: складено за матеріалами [10, 11]

Слід зазначити, що зміст навчання задають державні освітні стандарти і професійно-освітні програми, розроблені ВНЗ. Безпосередній вплив на якість освітніх послуг мають методи та засоби навчання, що застосовуються у ВНЗ. Від рівня професіоналізму викладачів та їх володіння сучасними методами навчання залежить якість освітніх послуг та якість підготовки майбутніх випускників. Виробничий (матеріально-технічний) потенціал не менш важливий: не буває технологій без засобів навчання. Фінансовий потенціал впливає на якість кадрового, виробничого і інформаційного потенціалу, він формується за рахунок власних джерел і фінансових ресурсів, одержуваних від держави [11].

Також суттєве значення має інноваційний потенціал ВНЗ, тобто його схильності і здатності до реалізації наукових і освітніх інноваційних проектів.

Конкурентоспроможність можна розглядати як результат взаємодії двох факторів: інноваційності та адаптивності [12]. Інноваційність – це здатність організації оновлюватися, здійснювати внутрішні організаційні перебудови. Адаптивність – це здатність до пристосування, одна з форм взаємодії організації з зовнішнім середовищем. Інноваційність та адаптивність – це властивості внутрішнього середовища організації – фактори, які нерозривно пов'язані між собою та визначають необхідні та достатні умови формування властивостей конкурентоспроможності організації.

Адаптивність ВНЗ – це властивість, що забезпечує конкурентоспроможність вищого навчального закладу в умовах зміни зовнішнього середовища шляхом зміни характеру відносин з зовнішнім середовищем та трансформацією внутрішньої структури і бізнес-процесів ВНЗ. Інноваційність ВНЗ – це здатність синтезувати новачі в освітніх технологіях та в сфері управління ВНЗ [13].

Тому інноваційність ВНЗ варто розглядати як фактор внутрішнього середовища вищого навчального закладу, що впливає на конкурентоспроможність ВНЗ та безпосередньо залежить від реалізації та розвитку його інтелектуального капіталу. Вона характеризується



багатоваріантністю форм надання освітніх послуг (за тривалістю навчання, формуванням навчальних планів та програм, формами і методами навчання), наявністю сучасних форм контролю знань, оригінальністю програм навчання, орієнтацією на певний сегмент споживачів та ін. Суттєвий вплив на конкурентоспроможність ВНЗ та якість освітніх послуг, що він надає, має також система управління якістю, яка розробляється на основі стандартів освітньої діяльності.

Здатність швидко реагувати на вимоги ринку є одним з основних критеріїв оцінки рівня організаційного капіталу (його потенційної частини) як складової інтелектуального капіталу ВНЗ.

Так, одним з основних чинників конкурентоспроможності ВНЗ в останні роки стає впровадження інноваційних освітніх програм:

- застосування нових, у т. ч. інформаційних, освітніх технологій, впровадження прогресивних форм організації освітнього процесу та активних методів навчання, а також навчально-методичних матеріалів, що відповідають сучасному світовому рівню;
- висока якість навчання, що забезпечується в рамках сучасних систем управління якістю;
- інтеграція освіти, науки та інноваційної діяльності;
- формування у випускників професійних компетенцій, що забезпечують їх конкурентоспроможність на ринку праці.

Таким чином, конкурентні переваги ВНЗ залежать від його інноваційної активності у всіх сферах діяльності та впровадженням інноваційних методів і технологій у навчальний процес.

Отже, для забезпечення конкурентоспроможності ВНЗ на ринку важливим стратегічним завданням стає випередження конкурентів у розробці та впровадженні нових освітніх послуг, нових педагогічних технологій, нових освітніх програм, нового рівня професійної практичної підготовки, нової цінової політики, інновацій в організації навчання, деталізації освітніх напрямків.

Інновації, що можуть впроваджуватися у внутрішньому середовищі ВНЗ, можна розділити на три групи [14]: освітні інновації, адміністративні (управлінські) інновації та ідеологічні інновації (табл. 2).

Проблема формування та використання інтелектуального капіталу ВНЗ взаємопов'язана з ефективністю здійснення інновацій. Враховуючи специфіку освітньої діяльності, швидкість адаптації прямо залежить від мобільності кадрового, наукового, навчально-методичного забезпечення, технічного та інформаційного оснащення.

Таким чином, інтелектуальний капітал стає не лише необхідним ресурсом для реалізації інновацій та збереження конкурентних переваг, але й ефективним організаційно-управлінським інструментом розвитку ВНЗ та підвищення його конкурентоспроможності.



Таблиця 2

Основні показники інноваційності внутрішнього середовища ВНЗ

Класифікація інновацій	Основні характеристики інноваційності
Освітні інновації	<ul style="list-style-type: none">— зміст навчальних планів;— нові технології викладання;— кваліфікація викладачів;— забезпеченість навчального процесу;— управління контингентом студентів
Адміністративні (управлінські) інновації	<ul style="list-style-type: none">— підтримка інноваційної структури ВНЗ (наявність бізнес-інкубаторів та ін.);— загальна система управління та її властивості;— система управління на рівні структурних підрозділів (факультетів, кафедр);— система забезпеченості діяльності ВНЗ
Ідеологічні інновації	<ul style="list-style-type: none">— участь ВНЗ у програмах/конкурсах та інших заходах, що проводяться за участю державних установ та МОН України;— наявність державного замовлення на підготовку спеціалістів від галузевих міністерств;— наявність механізмів взаємодії ВНЗ та ринку праці;— повнота використання механізмів взаємодії спільноти та ВНЗ

Джерело: складено за матеріалами [14]

Конкурентоспроможність ВНЗ включає в себе комплекс характеристик, що забезпечують в сукупності певну позицію (положення) в освітньому та соціокультурному середовищі [15]:

- якість освіти;
- рівень наукових досліджень;
- внутрішньокорпоративне середовище;
- зовнішній імідж;
- маркетинговий фактор;
- затребуваність випускників на ринку праці.

Для контролю якості функціонування ВНЗ, а відповідно, конкурентоспроможності, існує три механізми, які базуються на оцінці інтелектуального капіталу: механізми забезпечення якості засобами акредитації, ліцензування планових перевірок державними органами; механізми звітності перед фінансовими органами; механізми ранжування ВНЗ дослідними та державними організаціями.

На сьогоднішній день популярними є численні рейтинги (міжнародні, вітчизняні), які розміщені на різних сайтах в мережі Інтернет. Присутність ВНЗ у престижних рейтингах є іміджевим фактором (фактором конкурентоспроможності), що чинить значний



вплив на вибір: абітурієнтами – ВНЗ для здобуття освіти; викладачами та науковими співробітниками – місця працевлаштування; грантодавцями – ВНЗ, що заслуговує фінансування; іншими ВНЗ – для оптимізації своєї діяльності.

Досліджуючи вітчизняні та міжнародні рейтинги, можемо констатувати, що основні параметри рейтингування ВНЗ – це, насамперед, інтелектуальний капітал ВНЗ та результативність його реалізації (табл. 3).

Таблиця 3

Критерії та індикатори оцінювання міжнародних рейтингів ВНЗ

Критерії	Індикатори оцінювання
1	2
Шанхайський рейтинг університетів світу	
Якість освіти	Визначається кількістю випускників університету, які здобули Нобелівську премію, або особливі відзнаки у своїх галузях
Якість професорсько-викладацького складу	Кількість викладачів – лауреатів Нобелівської премії і спеціальних відзнак у своїх галузях; частота цитування праць викладачів у 21 предметній категорії за версією ISI Highly Cited
Наукова робота	Кількість публікацій у провідних академічних журналах світу
«Академічна щільність» університету	Коли результати, набуті за першими трьома критеріями, діляться на кількість постійних викладачів університету
Рейтинг університетів світу по версії «Таймс»	
Імідж в академічному середовищі	Оцінка університету з боку науковців, викладачів та представників адміністрації інших навчальних закладів
Якість наукових досліджень	Індекс цитування наукових праць співробітників
Конкурентоспроможність випускників на ринку праці	Оцінка якості освіти випускників роботодавцями
Міжнародне визнання	Частка іноземних студентів; частка іноземних викладачів
Якість викладання	Співвідношення кількості студентів і кількості викладачів
Рейтинг Webometrics (присутність в мережі Інтернет)	
Розмір (Size)	Кількість сторінок, які видають на пошуковий запит чотири пошукові системи: Google, Yahoo, Live Search і Exalead
Помітність (Visibility)	Загальна кількість унікальних зовнішніх посилань на ресурс, які можливо точно отримати лише через пошукові системи Yahoo, Live Search і Exalead
«Вагомі файли» (Rich Files)	Файли формату Adobe Acrobat (.PDF), Adobe PostScript (.PS), Microsoft Word (.DOC) і Microsoft Powerpoint (.PPT), розміщені на сайті університету
Цитованість	Кількість документів і цитат з кожного домену

Джерело: складено автором на основі джерела [16]



Аналізуючи параметри рейтингування, слід зауважити, що у різноманітних системах визначення рейтингу ВНЗ саме ІК приділяється головна увага.

Що стосується критеріїв вітчизняних рейтингів, то можна зазначити, що вони також враховують інтелектуальний потенціал, хоча у меншій мірі:

1) Рейтинг українських ВНЗ «Софія Київська» підраховується у відповідності за оцінкою таких критеріїв: імідж, рівень викладання, матеріально-технічне оснащення, конкурентоспроможність випускників, міжнародні зв'язки.

2) Рейтинг Міністерства освіти та науки України враховує наступні критерії: презентація досягнень на міжнародному рівні, презентація досягнень на національному рівні, доступ, організаційна структура та управління, науково-педагогічний потенціал, підготовка наукових та науково-педагогічних кадрів, інтеграція вищої освіти та науки, результативність підготовки спеціалістів, фінансові ресурси, інформаційні ресурси, навчальна та соціальна інфраструктура.

Відповідно, міжнародні та вітчизняні рейтинги містять найбільшу частину індикаторів, що характеризують інтелектуальний капітал ВНЗ (людський, організаційний, інтерфейсний).

Дослідження чинників конкурентоспроможності ВНЗ проводиться низкою організацій, а саме: Консорціумом з удосконалення менеджменту освіти в Україні, Центром інновацій та розвитку, Асоціацією бізнес-освіти (АБО) та ін.

Так, лабораторія консалтингово-маркетингових послуг Львівського інституту банківської справи Університету банківської справи Національного банку України провела опитування студентів та абітурієнтів щодо оцінки чинників конкурентоспроможності ВНЗ [17].

Респондентам (студентам і абітурієнтам) були наведені ймовірні варіанти чинників конкурентоспроможності ВНЗ, а саме: 1 – престижність закладу, 2 – фаховість викладачів, 3 – умови навчання, 4 – технічне забезпечення навчання, 5 – забезпеченість стипендією за результати навчання, 6 – можливість працевлаштування, 7 – цікавий процес навчання, 8 – забезпечення літературою. Їхнім завданням було оцінити за 10-бальною шкалою їх вагомість (де 1 – мінімальне значення, 10 – максимальне). Результати опитування представлені на рис. 1.

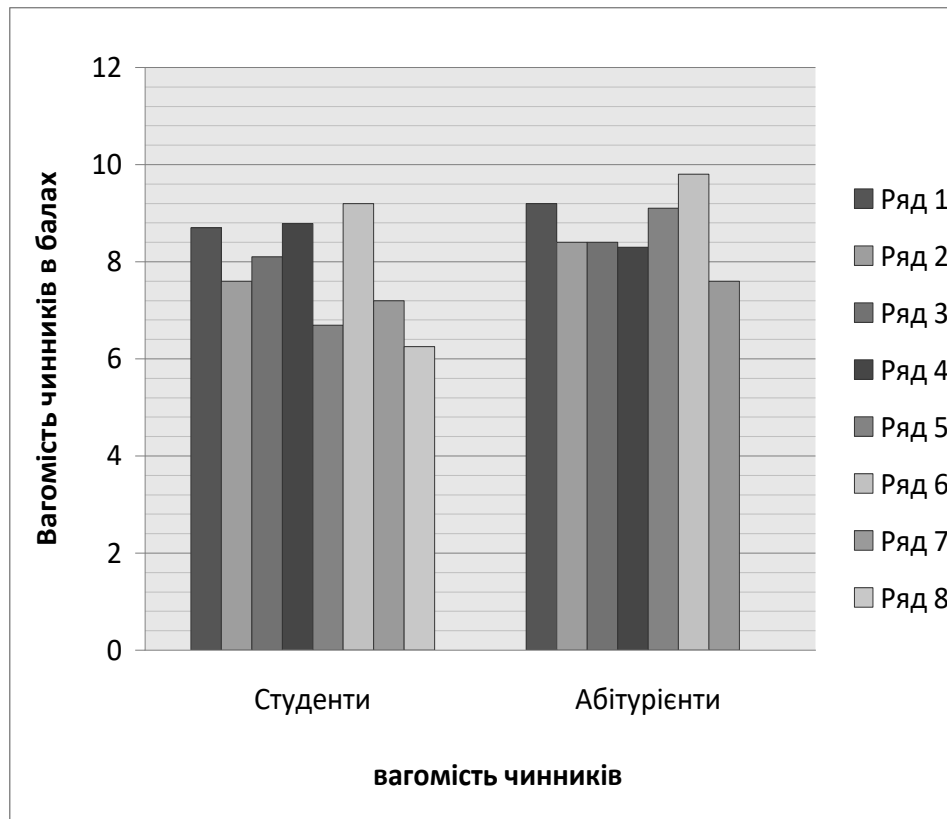


Рис. 1. Чинники вагомості конкурентоспроможності ВНЗ в оцінці студентів та абітурієнтів (за результатами проведеного дослідження)

Зіставивши результати дослідження вагомості чинників конкурентоспроможності, очевидно, що пріоритетними з них є: можливість працевлаштування по закінченні ВНЗ (отримання необхідних знань та практичних вмінь для цього в межах освітнього закладу), престижність закладу (імідж та ступінь довіри до нього), технічне забезпечення навчання та фаховість викладачів.

Можна констатувати, що при виборі ВНЗ для абітурієнтів велике значення має потреба у його випускниках на ринку праці, тому майбутні студенти приділяють увагу рівню надання університетом освітніх послуг, а саме: запровадженню у ВНЗ новітніх освітніх технологій, кваліфікованості викладачів; наявності державних ліцензій на спеціальності.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз теоретичних підходів щодо трактування дефініції «конкурентоспроможність ВНЗ» та дослідження чинників конкурентоспроможності дали можливість виокремити саме ті чинники конкурентоспроможності, які безпосередньо стосуються



інтелектуального капіталу ВНЗ. Це дало підстави аргументувати зв'язок «інтелектуальний капітал ВНЗ – інноваційний розвиток – конкурентоспроможність», а отже, визначити роль інтелектуального капіталу в забезпеченні конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг.

Підбиваючи підсумки, слід зазначити, що одним з найважливіших факторів, що впливає на конкурентоспроможність ВНЗ, є його інтелектуальний капітал. Тому, щоб забезпечити належну якість освітніх послуг, стійку конкурентоспроможність, керівники ВНЗ повинні приділяти особливу увагу формуванню, розвитку та можливості реалізації інтелектуального капіталу. Саме інтелектуальний капітал є основною цінністю та найбільш впливовим фактором в забезпеченні якості освіти відповідно до міжнародних стандартів.

Рівень інтелектуального капіталу та вміння його використовувати найбільшою мірою визначають успішність розвитку та ринкової позиції ВНЗ.

Для розроблення ефективних рекомендацій щодо посилення конкурентних позицій вітчизняних ВНЗ на ринку освітніх послуг доцільним є проведення аналізу існуючого стану їх інтелектуального капіталу та перспектив його реалізації і розвитку як в короткостроковому періоді, так і на довгострокову перспективу.

Напрями подальших досліджень повинні бути спрямовані на визначення оціночних показників складових інтелектуального капіталу ВНЗ, а також методичних засад його діагностики для вибору на цій основі оптимальних стратегій розвитку.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С. М. Інтелектуальний капітал ВНЗ як запорука його інноваційного розвитку: сутність, структура, підходи до оцінки / С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 145–154.
2. Стюарт Томас А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Т. Стюарт; пер. с англ. В. Ноздриной. – М. : Поколение, 2007. – 368 с.
3. Пащенко Н. И. Конкурентоспособность вузов и стратегии их деятельности в условиях региональной конкуренции : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.04 / Н. И. Пащенко. – Уфа, 1999. – 191 с.
4. Лазарев В. А. Конкурентоспособность вуза как объект управления / В. А. Лазарев. – Екатеринбург : Издательский Дом «Пригородные вести», 2003. – 160 с.
5. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью вуза / Р. А. Фатхутдинов // Высш. образование в России. – 2006. – № 9. – С. 37–38.
6. Моисеева Н. Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения (вуза) / Моисеева Н., Пискунова Н., Костин Г. // Маркетинг. – 1999. – № 5. – С. 77–89.
7. Корчагова Л. А. Оценка конкурентоспособности вуза / Л. А. Корчагова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 5. – С. 48–54.
8. Верховглядова Н. И. Економічний вимір якості вищої освіти як складової національної конкурентоспроможності : монографія / Н. И. Верховглядова. – Донецьк : Вид-во ДНУ, 2004. – 196 с.
9. Нотман О. В. Оценка конкурентоспособности вуза / О. В. Нотман // II Всерос. науч. конф. «Сорокинские чтения», 2005. – Будущее России: стратегии развития. 14–15 декабря 2005 [Электронный ресурс]. – Режим доступа :



<http://lib.socio.msu.ru/l/library?>]. 10. Голик А. С. Система внешних факторов конкурентоспособности вуза / А. С. Голик // Высшее образование в России. – 2007. – № 7. – С. 131–135. 11. Ливандовская А. Г. Внешняя и внутренняя среда вуза: влияние на качество образования / А. Г. Ливандовская // Высшее образование в России. – 2006. – № 7. – С. 152–155. 12. Баринов В. А. Развитие организации в конкурентной среде / В. А. Баринов, А. В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. – 2000. – № 6. – С. 9. 13. Белый Е. М. Концепция конкурентоспособности высшего учебного заведения / Е. М. Белый, И. Б. Романова // Качество. Инновации. Образование. Менеджмент и системы качества образовательных учреждений. – 2005. – № 2. – С. 26. 14. Леонтьева О. А. Внутренняя среда вуза: инновационность как фактор повышения конкурентоспособности / О. А. Леонтьева // Современные наукоемкие технологии (материалы конференции). – 2007. – № 12. – С. 105. 15. Моисеева И. В. Теоретические подходы изучения конкурентоспособности вуза [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sisupr.mrsu.ru/2008-1/pdf/19-moiseeva.pdf>. 16. Інформаційно-аналітичні матеріали щодо рейтингування вищих навчальних закладів. – Луганськ, 2012. 17. Босак О. В. Чинники конкурентоспроможності вищих навчальних закладів у системі формування економіки знань / О. В. Босак // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2007. – Вип. 17.6. – С. 291–296.

Дата надходження до редакції – 09.04.2013 р.



УНІВЕРСИТЕТСЬКЕ ЖИТТЯ

Чудаєва І. Б.

МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ТЕОРІЯ, МЕТОДОЛОГІЯ, ПРАКТИКА»

18–19 квітня у Східноєвропейському університеті в межах Днів науки відбулася міжнародна науково-практична конференція «Проблеми формування систем управління в умовах глобалізації: теорія, методологія, практика».

Генеральним головуючим конференції був Р. А. Аблязов – д. т. н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, кавалер ордена «Герой праці», лауреат Державної премії СРСР, академік Інженерної академії України, президент Східноєвропейського університету економіки і менеджменту.

Почесні гості конференції:

Ушакова Н. М. – к. е. н., професор, Голова Ради Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти;

Горохова Л. П. – к. е. н., доцент, директор Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти;

Яремко Л. А. – д. е. н., професор кафедри міжнародної економіки Львівської комерційної академії;

Сфіменко Н. А. – д. е. н., професор кафедри якості, стандартизації та органічної хімії Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького;

Медведєв В. Ф. – д. е. н., професор Інституту економіки Національної академії наук Білорусі;

Падалко Л. П. – д. е. н., професор Інституту економіки Національної академії наук Білорусі.

Відкрила конференцію ректор Східноєвропейського університету економіки і менеджменту, академік Інженерної академії України, д. е. н., професор **Н. Л. Казарінова**. У виступі основну увагу приділила розвитку наукової діяльності в Східноєвропейському університеті протягом двадцяти років, наголосила на тенденції проведення конференції в рамках наукової школи, очолюваної д. т. н., професором Рауфом Ахметовичем Аблязовим, – «Теорія та методологія інституціонального менеджменту в соціально-економічних системах в



параметрах національної економічної моделі та в умовах глобалізації». Акцентувала увагу на проблемах сучасного менеджменту, застосуванні інноваційного підходу оптимізації і управління бізнесом в організаціях, які знаходяться у вимірі світових тенденцій в галузі організаційного розвитку й апробовані на практиці багатьох українських підприємств. Н. Л. Казарінова підкреслила, що кожен керівник повинен прикладати зусилля для того, щоб організація чітко працювала як єдиний згурпований механізм, завдання співробітників були б зведені в зрозумілу і прозору для всіх систему, а кожне організаційне рішення має прийматися на основі бачення цілого.

Голова Ради Української асоціації з розвитку менеджменту та бізнес-освіти, к. е. н., професор **Ушакова Н. М.** у своєму вітальному слові основну увагу приділила становленню менеджменту в Україні, участі викладачів Східноєвропейського університету у розробці Галузевих стандартів вищої освіти з менеджменту, відзначила роль корпоративної соціальної відповідальності як складової підвищення ефективності системи управління підприємством. Відображенням сучасних підходів у менеджменті стала нова редакція Класифікатора професій, яка затвердила нові посади у галузі корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: менеджер, аудитор і експерт з корпоративної соціальної відповідальності бізнесу.

Професор кафедри міжнародної економіки Львівської комерційної академії, д. е. н. **Яремко Л. А.** у своїй доповіді «Конкурентоспроможність регіону та фіскально-економічні чинники її забезпечення» основну увагу приділила умовам господарської глобалізації й формуванню світового економічного простору суб'єктами конкуренції, якими є не лише підприємства, а й територіальні утворення: спочатку національні економіки, а згодом й регіональні. Глобальна конкурентоспроможність регіону – це його здатність успішно функціонувати в глобальному середовищі, реалізувати свої гео економічні інтереси, зокрема отримання додаткових ресурсів розвитку, і на цій основі домогтися прискорення економічного розвитку та зростання добробуту регіональної громади. Це також здатність протистояти викликам глобального середовища і забезпечувати зовнішньоекономічну безпеку.

Глобальна конкурентоспроможність – багатоаспектне явище, одним з яких є оподаткування. Бізнес є дуже чутливим до рівня оподаткування та його змін. Ще Ф. Енгельс іронічно зауважив, що найчутливішим місцем буржуа є його гаманець. Відома «крива Лаффера» ілюструє зміну поведінки підприємця в залежності від модифікації (зміни ставок) податкової політики. Це створює передумови для використання останньої в якості інструмента впливу на економічний розвиток.



Глобальна конкурентоспроможність регіонів уже відслідковується міжнародними рейтинговими агенствами. Так, у Звіті про конкурентоспроможність України 2010, представленому Всесвітнім економічним форумом, визначена глобальна конкурентоспроможність українських регіонів. Показово, що вісім з них (зокрема, Київ, Дніпропетровська, Закарпатська, Львівська, Донецька, Харківська, Полтавська області та АР Крим) мали вищий показник індексу, ніж Україна.

З огляду на джерела конкурентних переваг науковці розрізняють здебільшого цінову та технологічну конкурентоспроможність територій. В цьому контексті можна говорити про фіскальну конкурентоспроможність, розуміючи під нею різні рівні податкового сприяння розвитку бізнесу. Мова йде про два взаємопов'язані ефекти стимулювання вітчизняного підприємництва та залучення в економіку іноземного капіталу, головним чином прямих іноземних інвестицій. Країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою за хронічного дефіциту власних капіталів роблять наголос на залучення іноземних. Країни-реципієнти змагаються між собою за капітали донорів. Інструментом такого суперництва стає оподаткування. В цьому сенсі можна говорити про міжнародну конкуренцію податкових систем. Зрозуміло, що інвестори вибирають країни з найбільш сприятливою для бізнесу системою оподаткування.

Сьогодні доконаним фактом стали податкове стимулювання конкурентоспроможності галузей економіки, регіональних економік, конкуренція національних податкових систем. Так, американський спеціаліст з міжнародного оподаткування Р. Денберг зазначає: «Податкова система повинна залишатися на задньому плані. А рішення про господарську діяльність, інвестування і споживання повинні прийматися з причин, що не пов'язані з оподаткуванням» [2, с. 22]. Подібної точки зору дотримується і авторитетний дослідник міжнародної конкуренції М. Портер. Він пише про «спотворюючі стимули оподаткування», які можуть стимулювати надмірне інвестування, посилити проблеми перевиробництва [3, с. 336–337]. Така позиція є прийнятною для розвинених країн, достатньо забезпечених капіталами. Для країн з перехідною економікою, надто зацікавлених в залученні іноземних капіталів, податкове стимулювання є явно доцільним.

З метою стимулювання розвитку та залучення прямих іноземних інвестицій можуть застосовуватися і податкові пільги. Дослідники відзначають достатньо високу ефективність останніх, особливо в перші роки запровадження.

Регіональні можливості застосування фіскального стимулювання розвитку, а відтак і конкурентоспроможності, є скромнішими. І це пояснюється надмірною централізацією податкових надходжень, їх зосередженням у державному бюджеті. Як зазначає З. Варналій, частка



власних доходів у місцевих бюджетах складала у передкризовий період лише 2–7 відсотків. Світова фінансово-економічна криза 2008–2009 років та тривала післякризова депресія вимагали подальшої централізації ресурсів у державному бюджеті для підтримки важливих урядових програм. Зараз ситуація почала змінюватися на користь регіонів. У проголошеній Президентом України В. Януковичем Програмі оптимізації економічного розвитку на 2013–2014 роки передбачається певна децентралізація бюджетних коштів, розширення джерел наповнення місцевих бюджетів. Це помітно збільшить ресурсний потенціал регіону, його можливості проведення фіскально-стимулюючих заходів.

Окрім пільг по сплаті місцевих податків і зборів, включно з практикою «податкових канікул» (тимчасове звільнення від сплати податку), можуть застосовуватися цільові субсидії, виділення земельних ділянок під комерційні проекти, пільгова орендна плата за надані приміщення. Мова може йти також про відшкодування інвесторам витрат на розбудову інфраструктури, навчання персоналу шляхом надання податкових пільг, підготовку інвестиційних проектів, створення індустріальних парків тощо. Окрім фінансових, слід рахуватися і з психологічним ефектом, що їх справляють пільги на суб'єктів господарювання. Можна говорити про різний ступінь чутливості окремих груп господарюючих суб'єктів на надання пільг. Найвищу еластичність щодо пільг виявляє малий і середній бізнес, дещо стриманішою є реакція великого бізнесу, в тому числі іноземного. Проте пільги можуть виявитися вирішальними для вітчизняного офшорного капіталу, який чекає слушного моменту для повернення на батьківщину. Отже, ліберальне оподаткування разом із продуманою системою пільг можна розглядати як конкурентний інструмент у боротьбі за мобільний капітал. Цю практику слід активніше застосовувати на регіональному рівні. Американський дослідник місцевого економічного розвитку Е. Блеклі вважає, що місцеві громади повинні всіляко допомагати бізнесу, підтримувати нові підприємства, стимулювати інвестиції. Потрібно створювати сприятливі умови для тих, хто шукає нові ринки чи створює нові продукти. «Іншими словами, капітал треба захоплювати...» – резюмує вчений.

Регіональній владі та органам місцевого самоврядування слід активніше використовувати фіскально-економічні інструменти з метою зростання активності суб'єктів господарювання, залучення нових капіталів, включаючи іноземних, підвищення конкурентоспроможності територій.

Професор кафедри фінансів і кредиту Східноєвропейського університету д. е. н. **Козловський В. В.** у доповіді «Інноваційність – іманентна складова соціально-орієнтованої моделі економічного



розвитку України» основну увагу приділив кардинальним змінам економічного розвитку української моделі в умовах VI технологічного укладу мегаекономіки, обумовленого розвитком процесу глобалізації і креативності праці в параметрах української соціально-орієнтованої моделі економічного розвитку. Інноваційність української моделі економіки представлена як складносистемне явище, що має поліструктурний і багатофункціональний характер. Велика увага приділена процесу креативності праці в параметрах української соціально-орієнтованої моделі економічного розвитку. Шлях до формування інноваційної моделі економіки України полягає в модернізації системи освіти, переорієнтації її з інформаційно-орієнтованої на креативно- та інноваційно-орієнтовану і підключенні до підготовки і проведення такого переходу кращих сил науки і освіти. Креативно-інноваційна орієнтація системи освіти повинна втягнути в свою орбіту також систему виховання і сферу культури, адже креативно-інноваційна праця – не просто процес діяльності, а прояв особливих властивостей особистості. І результат такої праці також особливий, складний. Він включає в себе декілька ефектів: ефект новачії (створення того, чого не було до цих пір); ефект цінностей (створення того, що залишається довгостроковим внеском у загальну скарбничку культури людської цивілізації); ефект формування нової особистості (не тільки високоосвіченої, а й висококультурної, високоморальної, гуманної, щасливої від самореалізації, від «бути, а не від мати» – за Е. Фроммом). Вирішення названої вище проблеми освіти може мати різні конкретні шляхи, але головне при цьому – досягти переорієнтації на розвиток творчих, креативно-інноваційних здібностей і вмінь учнів. Зусилля, які потрібні для переходу до нового принципу в системі освіти, окупляться досить важливим і яскравим результатом – формуванням нового типу трудового персоналу нової, інтелектуально-інноваційної економіки України, яка, в свою чергу, створить умови для прогресу і нової якості життя людей в Україні.

Професор кафедри менеджменту організацій д. т. н. **Задорожний І. С.** у своїй доповіді «Теорія і практика управління безпекою бізнесу» основну увагу приділив менеджменту XXI століття і відмітив, що початок XXI століття в управлінні бізнесом характеризується як часи бурхливих та віхрових змін. На перший план вийшли питання довгострокового виживання організацій. Для проектування систем управління (СУ) з новими можливостями слід розібратися з існуючими принципами і методами проектування і пізнати напрямки їх подальшого удосконалення. Управління у виробничій сфері слід розглядати як структуру і як процес. Як структура воно являє структурні елементи (виробничі одиниці: відділи, цехи, сектори, групи) і зв'язки між ними (потoki інформації або продукції); як процес – послідовність дій (виконання окремих спеціальних функцій), які



виконуються в цих елементах у часі, і послідовність участі елементів структури в загальному процесі виробничої діяльності.

За принципом побудови СУ діляться на: командні (розімкнені) і ринкові (замкнуті, слідкуючі) СУ. Командні (розімкнені) СУ створюють для абсолютного виконання плану (досягнення цілі), які встановлюються вищестоячими організаціями або політичною системою. Слідкуючі (ринкові) СУ управляють на основі відхилення (помилки), яку визначають як різницю між ринковими інтересами і внутрішніми можливостями організації. Інформація про величину плану розраховується за наслідками моніторингу і аналізу можливостей ринку. Слідкуючі системи управління в більшості використовують на корпоративному або діловому рівнях, їх структури завжди замкнуті по управляючій координаті (плану) і вимірному результату. Для цього вони вимагають оперативного моніторингу ринку і оперативного обліку використання ресурсів (поточних витрат). Такий облік дозволяє своєчасно виявити небажані відхилення і вжити коректуючих дій.

В структурі управління елементи СУ обмінюються інформацією і результатами через прямі і зворотні зв'язки. Прямі зв'язки – це зв'язки, по яких передається інформація (продукція) послідовно або згідно процесу управління в часі. Зворотні зв'язки – це потоки інформації, що характеризують виконані дії або одержані результати в зворотному напрямі до центру управління. Розрізняють жорсткі і гнучкі зв'язки. Жорсткі зв'язки (бувають прямі і зворотні) діють постійно. Гнучкі зв'язки (також бувають прямі і зворотні) діють в особливих випадках для посилення або поповнення додаткової інформації (інформації, яка з'явилася на зборах, в процесі роботи та ін.). Для СУ важливою умовою функціонування є їх стійкість і точність. Стійкість СУ характеризується межею стійкості і запасом стійкості, постійними часу елементів системи і запізнюванням в часі передачі інформації або запізнюванням виробничих процесів. Досягнення функціональної стійкості СУ є необхідною умовою існування організації. Перед СУ, яка забезпечує функціональну стійкість, постає умова досягнення точності, тобто визначення допустимих похибок СУ.

Під точністю командних системи управління слід розуміти похибку недосягнення номенклатурного або фінансового плану в плановий період часу. Для забезпечення безпеки організації необхідно виконати умову, за якої оперативна похибка управління не повинна перевищувати допустимої величини. Цю умову можна називати показником оцінки безпеки організації. Вихід за межі допустимої похибки призведе до стану небезпеки організації.

Завідувач кафедри менеджменту в охороні здоров'я д. м. н., професор **Савченко А. М.** у своїй доповіді «Мистецтвом спору, ведення дискусії в менеджменті» основну увагу приділив володінню мистецтвом



суперечки, ведення дискусії, що є абсолютно необхідною якістю менеджера і однією з головних складових його авторитету. Сучасне поняття менеджменту як науки має близько 200 визначень, і їх кількість постійно зростає. Менеджмент як поняття класифікується за інституціональними ознаками, функціональними особливостями, рівнями застосування, галузями тощо. Існує виробничий, фінансовий, інноваційний, адміністративний, командний, соціальний, стратегічний менеджмент і багато інших видів менеджменту. І в процесі цієї деталізації поволі губиться базова сутність самого поняття менеджменту. Спільним в управлінні виробництвом, фінансовими потоками, проектами, колективами, управлінні автомобілем, управлінні власною дитиною, управлінні емоціями, в кінці кінців своєю долею є – управління! Спроба кристалізації цього поняття, пошук єдиної спільної ознаки приводить до єдиного висновку: управління – процес нав'язування об'єкту чи суб'єкту своєї волі. А чисельні функції менеджменту – планування, організація, контроль, мотивація – лише інструменти для досягнення цієї мети. Зрозуміло, що процес нав'язування своєї волі не завжди проходить безболісно, й ефективному менеджеру необхідно володіти вмінням відстоювати свою позицію, знаходити підтримку і свої переконання робити переконанням суб'єктів управління. У контексті сказаного можна виділити два основні напрямки конструктивного спору-дискусії: 1) виробничий, що включає в себе: встановлення істини; розширення інформаційної, доказової бази; визначення ризиків, що призводить до прийняття обґрунтованого управлінського рішення; 2) особистісний, який включає перемогу над опонентом, здобуття прихильників і однодумців, підвищення рівня креативності, що призводить до здобуття та підвищення власного авторитету, довіри, зменшує ступінь прихованого або відкритого спротиву й полегшує виконання поставлених завдань. Поняття спору далеко не однозначне. У різних мовах цей термін несе різне емоційне відображення. Так, наприклад, по-російськи «спор», в українській мові звучить як «суперечка»; в англійській – диспут; італійській – «контраверсія»; німецькій – «діскусіон»; французькій – «дебат» (обговорення); сербській – «расправа»; хорватській – «сваджа (сварка)». Як видно з цього невеличкого лінгвістичного аналізу, у слов'янських мовах цей термін має більш негативне емоційне навантаження. Таким чином, спір – це комунікативний процес, у рамках якого проходить співставлення переконань, точок зору, позицій сторін, в якому кожна з них намагається довести своє розуміння і переконання та спростувати аргументи іншої сторони. Мистецтво вести спори в Стародавній Греції називалось еристикою і спочатку розумілось як засіб відшукування добра й істини, про що свідчать відомі слова Сократа. Але поступово мистецтво переродилось у спосіб перемагати суперника будь-якими (чесними й нечесними) способами, й вже через 150 років Аристотель говорив про



нього з презирством. На протязі подальшого розвитку суспільства, риторики, мистецтво спору переживало нові трансформації, виникали цілі школи з розвитку методів досягнення вербальних перемог. У сучасному світі визначаються чотири основні різновиди спору в залежності від методів та способу його ведення, а саме: 1) дискусія – спір, направлений на досягнення істини з використанням коректних методів; 2) еклектика – досягнення істини за допомогою і з використанням будь-яких методів, у тому числі некоректних; 3) полеміка – коректна перемога над опонентом, 4) софістика – перемога над супротивником будь-якими методами ведення спору. Очевидно, що ідеальним видом спору є саме дискусія. І ефективному менеджеру необхідно володіти навичками її проведення, а також добре знати некоректні методи боротьби для дієвої протидії. Якби в дискусіях мови використовували лише логіку, то ці дискусії могли б вести комп'ютери. Справа в тому, що спори – це зіткнення не тільки ідей і переконань, але й зіткнення людей і їх характерів, змагання інтелектів, гостроти мислення, знань, пам'яті і логіки. Невміння вести полеміку, невідання довести свою правоту, компетентність може призвести до хибних управлінських рішень, що можуть мати катастрофічні наслідки для справи і навіть для долі людей. Тому, можливо, вже сьогодні назріла необхідність включити в програму підготовки менеджерів такі предмети, як риторика і еристика.

Професор кафедри якості, стандартизації та органічної хімії Черкаського національного університету ім. Богдана Хмельницького, д. е. н. **Єфіменко Н. А.** у своїй доповіді «Механізм відтворення якості основного капіталу на прикладі машинобудування» основну увагу приділила проблемі управління відтворенням капіталу, яка завжди знаходилась в центрі уваги вчених-економістів і господарників. Це обумовлено тим, що машини і устаткування в поєднанні з матеріалами, технологіями, енергією, інформацією та організацією виробництва складають зміст того чи іншого технологічного способу виробництва. Перехід від одного технологічного способу виробництва до іншого у вирішальній мірі визначається зростанням технологічного рівня машинобудування, ступенем використання ними досягнень науки і техніки.

Відтворювальний процес охоплює всі сторони існування та розвитку людського суспільства. Суспільне відтворення являє собою єдність відтворення матеріальних благ, робочої сили і виробничих відносин. В той же час кожна економічна система має свою відтворювальну специфіку, яка визначається особливостями виробничих відносин, в першу чергу – формою привласнення матеріальних благ та корисності.

Відтворення якості основного капіталу – це циклічно повторювальний процес підтримки основного капіталу на належному



рівні, який придатний забезпечувати ефективне функціонування виробничої системи і тим самим покращувати якість продукції, яка виготовляється, та її конкурентоспроможність. Автор вважає, що оцінювати динаміку відтворювального процесу якості лише за динамікою нагромадження ОК або за підвищенням ступеню споживання, особливо стосовно машинобудування, некоректно у зв'язку з тим, що обидва показники є суто кількісними і не відображають параметрів якості відтворення в машинобудуванні. Уточнення поняття відтворення якості ОК стосовно розглянутих підприємств машинобудівної галузі диктує необхідність розгляду його типів. Економічна наука розрізняє два типи відтворення основного капіталу – простий і розширений. На відміну від організаційно-управлінських структур, дана складова втілена в конкретні персоналії керівників підприємств машинобудівної галузі вищої, середньої і низової ланок.

Результати проведеного дослідження дозволили окреслити наступні характерні риси сучасного стану підприємств машинобудівної галузі України: наростаючий моральний та фізичний знос капіталу залишається найважливішою проблемою розвитку машинобудування; скорочення обсягів впровадження нової техніки та інновацій обмежує зростання конкурентоспроможності продукції підприємств машинобудівної галузі; через збільшення обсягів застарілого устаткування процес відтворення основного капіталу став визначатися неприпустимо низькими для сучасної економіки темпами вибуття такого обладнання, а також низькими темпами введення нового капіталу, до того ж невчасна заміна основного капіталу призводить до збільшення терміну експлуатації неефективних машин та устаткування; низьке завантаження виробничих потужностей, обумовлене, з одного боку, недостатністю попиту, з іншого – слабкою конкурентоспроможністю продукції; розрив між виробництвом та інноваційною сферою машинобудування призводить до явно недостатнього впровадження та використання науково-технічних досягнень; інвестиційна діяльність обмежується функціями підтримки нагромадженого капіталу. Процес відтворення якості капіталу машинобудівного комплексу в Україні вимагає перегляду структури основних фондів на основі застосування портфельної стратегії, за рахунок якої можна впроваджувати новітні виробничі потужності та виготовляти високоякісну продукцію.

В дискусії висловили свої думки Задорожний І. С., Борисов Ю. Б., Ширінян Л. В., Хмурковський Є. Г., Дмитрук Б. П., Чудаєва І. Б., Демідов О. А., Шпак Л. О., Десятніков О. В. та інші.

У ході обговорення на пленарних засіданнях та секціях учасниками конференції були запропоновані рекомендації активізувати діяльність науковців інституту в поширенні практичних зв'язків з підприємницькими структурами області та впровадження наукових результатів у навчальний процес, дипломне і курсове проектування.



**ПРО ВІДКРИТТЯ АСПІРАНТУРИ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ
08.00.11 – математичні методи, моделі та
інформаційні технології в економіці**

Відповідно до рішення атестаційної колегії Міністерства освіти і науки України щодо діяльності аспірантури та докторантури від 25.04.2013 року розширено перелік наукових спеціальностей в аспірантурі Східноєвропейського університету економіки і менеджменту за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці.

Оголошується набір слухачів до навчання в аспірантурі

Підготовка науково-педагогічних та наукових кадрів у Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту здійснюється відповідно до нормативних документів Кабінету Міністрів України та Міністерства освіти і науки України. До таких документів передусім належать: Конституція України, Закон України «Про вищу освіту», Постанова Кабінету Міністрів України від 1 березня 1999 р. № 309 «Про затвердження Положення про підготовку науково-педагогічних і наукових кадрів» (із змінами, внесеними згідно з Постановами КМ № 960 від 14.06.2000 № 1124 від 27.08.2004 та № 254 від 02.03.2010), Постанова президії ВАКу України від 9.04.2003 р. № 1-0214 про «Перелік спеціальностей, за якими проводиться захист дисертацій на здобуття наукових ступенів кандидата і доктора наук, присудження наукових ступенів і присвоєння вчених звань» та ін.

Умови проведення вступних іспитів і зарахування до аспірантури

До аспірантури на конкурсній основі приймаються особи, які мають вищу освіту і кваліфікацію спеціаліста або магістра.

Термін навчання з відривом від виробництва не перевищує трьох років, без відриву від виробництва - чотирьох.

Рішення про допуск до складання вступних іспитів до аспірантури приймається приймальною комісією за результатами співбесіди, розгляду реферату та поданих наукових праць з врахуванням письмового висновку передбачуваного наукового керівника.

Вступники до аспірантури складають вступні іспити зі спеціальності (в обсязі навчальної програми для спеціаліста або магістра, яка відповідає обраній ними науковій спеціальності), філософії та однієї з іноземних мов на вибір (англійської, німецької, французької) згідно з навчальними програмами із вищих навчальних закладів IV рівня акредитації, затверджених Міністерством освіти і науки України.

Вступники, які на час вступу до аспірантури склали всі або кілька кандидатських іспитів, рішенням приймальної комісії звільняються від



вступних іспитів до аспірантури, з яких були складені кандидатські іспити, і їм зараховуються оцінки кандидатських іспитів.

Прийом вступних іспитів до аспірантури проводиться предметними комісіями в усній формі.

Кожному аспірантові одночасно з його зарахуванням відповідним наказом ректора призначається науковий керівник, як правило, доктор наук або за рішенням вченої ради кандидат наук.

Документи подавати за адресою: 18036, м. Черкаси, вул. Нечуя-Левицького, 16; відділ аспірантури.

Довідки за телефоном: (0472) 32-72-49, 64-70-55, 64-72-00 (д. е. н. Ус Галина Олександрівна).

Вступники до аспірантури подають на ім'я ректора університету:

- 1) заяву;
 - 2) особовий листок з обліку кадрів;
 - 3) список опублікованих наукових праць і винаходів (аспіранти, які їх не мають, подають наукову доповідь (реферат) з обраної ними наукової спеціальності);
 - 4) медичну довідку про стан здоров'я за формою № 086-у;
 - 5) копію диплома про закінчення вищого навчального закладу із зазначенням одержаної кваліфікації спеціаліста і магістра (особи, які здобули відповідну освіту за кордоном, – копію нострифікованого диплома);
 - 6) посвідчення про складання кандидатських іспитів (за наявності складених кандидатських іспитів).
 - 7) копію паспорта;
 - 8) копію ідентифікаційного коду;
 - 9) 3 фотографії.
- Паспорт та диплом про вищу освіту пред'являються особисто.

ПАСПОРТ СПЕЦІАЛЬНОСТІ **08.00.11 – математичні методи, моделі** **та інформаційні технології в економіці**

I. Формула спеціальності:

Наукова спеціальність, яка досліджує методологічні, теоретичні, науково-методичні і прикладні проблеми, аналізу, функціонування і розвитку соціально-економічних систем і процесів на засадах розробки і застосування методів математичного моделювання, інформаційних систем і технологій.

II. Напрями досліджень:

1. Теоретико-методологічні проблеми математичного моделювання соціально-економічних систем.
2. Моделі та методи дослідження проблем економічної теорії.
3. Моделі та методи програмно-цільового управління економічними системами і процесами.
4. Моделювання процесів управління соціально-економічними системами.
5. Моделювання процесів суспільного відтворення.



6. Моделювання процесів економічного зростання.
7. Прогнозування тенденцій і показників розвитку економічних систем і процесів.
8. Математичні моделі економічної динаміки.
9. Моделювання балансових пропорцій і показників економіки.
10. Математичні моделі та методи формування балансів для різних рівнів управління економікою.
11. Системний аналіз економічних процесів.
12. Моделювання реструктуризаційних процесів в економіці.
13. Моделі і методи формування раціональних організаційно-економічних структур і систем управління в економіці.
14. Моделювання процесів ефективного використання виробничого потенціалу.
15. Моделювання в окремих сферах суспільної діяльності.
16. Аналіз, оцінка, моделювання та оптимізація ризику в економіці.
17. Системи підтримки прийняття рішень.
18. Методи штучного інтелекту в економіці.
19. Моделі, методи та інформаційні технології функціонування систем моніторингу в економіці.
20. Теоретико-методологічні проблеми інформатизації суспільства, побудованого на знаннях.
21. Впровадження нових комп'ютерних технологій та обробки статистичної інформації.
22. Формування інтегрованих інформаційних баз даних за результатами статистичних спостережень.
23. Нові інформаційні та комунікаційні технології.
24. Гіпертекстові та мультимедійні технології в соціально-економічних системах.
25. Геоінформаційні системи в економіці.
26. Економічні й організаційні проблеми інформаційної діяльності, створення інформаційного простору об'єкта.
27. Безпека та надійність інформаційних систем.
28. Методи та моделі управління проектами інформатизації.
29. Економічна ефективність розроблення, впровадження та функціонування інформаційних систем і технологій.
30. Методи системного аналізу, оптимізації, управління в інформаційних системах.
31. Системи управління базами даних і знань.
32. Інструментальні засоби проектування та створення управлінських інформаційних систем.



ВІТАННЯ
проректору з підготовки наукових кадрів
УС ГАЛИНИ ОЛЕКСАНДРІВНИ
зі здобуттям наукового ступеня
доктора економічних наук



22 січня 2013 року на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 17.127.01 при Класичному приватному університеті захищена дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук Ус Галини Олександрівни за спеціальністю 08.00.11 – математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці на тему «Моделювання систем управління знаннями у вищих навчальних закладах».

Робота присвячена моделюванню систем управління знаннями навчальних закладів, в основу яких покладено методи інженерії знань, процесно-орієнтованого аналізу систем, штучного інтелекту, моделі управління ефективністю системи управління знаннями та моделюванню ментальних процесів, що надає можливості створення систем управління знаннями з механізмами зворотного зв'язку для впливу на процеси здобуття та обробки знань для підвищення ефективності їх обробки і використання в управлінні закладами освіти.

Управління знаннями навчального закладу в роботі представлено моделями наскрізних процесів життєвого циклу знань – здобуття, асиміляції, кодування, зберігання, обробки, обміну та використання у бізнес-процесах ВНЗ, що реалізуються та контролюються для забезпечення ефективних процедур діяльності студентів та персоналу.

Ус Галина Олександрівна народилася у 1950 році. У 1972 році закінчила Одеський державний економічний університет за спеціальністю «Бухгалтерський облік», отримала кваліфікацію бухгалтера-економіста. Працювала на підприємствах харчової та легкої промисловості бухгалтером, економістом-фінансистом, на кущовому інформаційно-обчислювальному центрі інженером-програмістом, в проектному інституті на посаді інженера, провідного інженера відділу САПР. Маючи великий виробничий досвід, з 1995 року працює старшим викладачем кафедри економіки підприємства і одночасно працює над кандидатською дисертацією, яку захистила у 2003 році. Після захисту кандидатської дисертації обіймала посади завідувача кафедри обліку і аудиту, кафедри економіки підприємства, директора



інституту економіки. З 2008 року працювала над докторською дисертацією, яку захистила у 2013 році за вказаною вище спеціальністю, перебуваючи на посаді професора кафедри економічної кібернетики.

Результатом багаторічної роботи стали два підручники з грифом МОНУ, два навчальні посібники, п'ять монографій, понад 100 наукових робіт та навчально-методичних праць. Була автором науково-практичних розробок, учасником та автором декількох наукових тем: «Технології активізації та інтенсифікації навчальної діяльності шляхом впровадження інноваційних методів навчання», «Методи та засоби формування та застосування змісту навчального матеріалу в умовах використання дистанційних технологій», «Дослідження і розвиток дистанційної освіти для регіонів», де досліджувались проблеми електронних технологій навчання та впроваджувались результати досліджень в навчальний процес.

У Східноєвропейському університеті під керівництвом Ус Г. О. створений Навчально-науково-виробничий центр для практичної підготовки студентів, основними складовими якого є Навчально-тренувальний банк, Страхова компанія, робота на валютному ринку, створення віртуальних підприємств за допомогою програмних продуктів корпорації «Парус».

Колектив Східноєвропейського університету вітає Ус Г. О. з видатною науковою подією та визнанням багаторічної дослідницької праці науковою спільнотою нашої держави. Бажаємо подальшого розвитку та створення потужної школи в управлінні знаннями у ВНЗ.



НАШІ ЮВІЛЯРИ

Колектив Східноєвропейського університету економіки і менеджменту щиро вітає ювілярів з днем народження.

Від усієї душі бажаємо їм невичерпної енергії і оптимізму, міцного здоров'я, душевного тепла і сімейного затишку, справжнього людського щастя, достатку і благополуччя, нових плідних успіхів і звершень.

Нехай у ваших задумах буде мудрість, у службових справах – підтримка однодумців, у серці – добре і сонячно від людської вдячності.

Бажаємо, щоб ваш шлях був наповнений новими злетами й досягненнями, а все добро верталось сторицею.

Творчої насаги та великих успіхів у житті та професійній діяльності.

Із **75-річчям** вітаємо ЗАДОРЖНОГО Івана Степановича, професора кафедри менеджменту організацій, який працює в університеті майже 20 років. Задорожний І. С. – доктор технічних наук, автор понад 300 наукових і науково-методичних праць, частина яких рекомендована МОНУ як навчальні посібники для студентів ВНЗ.

Із **70-річчям** вітаємо ПАДУРЦЯ Григорія Івановича, професора кафедри менеджменту організацій, який працює в університеті понад 18 років. Падурець Г. І. – кандидат технічних наук, доцент. Автор цілого ряду наукових та навчально-методичних робіт.

З нагоди **35-річного** ювілею вітаємо:

– ДЕСЯТНІКОВА Івана Валерійовича, завідувача кафедри менеджменту туризму, готельного і ресторанного бізнесу, кандидата історичних наук, доцента. Іван Валерійович є учасником ряду міжнародних науково-практичних конференцій та семінарів, автором (співавтором) понад 70 публікацій, близько 50 наукових та навчально-методичних праць;

– ДЕСЯТНІКОВА Олександра Валерійовича, завідувача кафедри соціально-гуманітарних дисциплін, кандидата історичних наук, доцента. Олександр Валерійович є учасником ряду міжнародних науково-практичних конференцій та семінарів, автором (співавтором) понад 60 публікацій, близько 50 наукових та навчально-методичних праць.



НАШІ АВТОРИ

Андрейшина Н. Б., аспірант кафедри економічної кібернетики та статистики Класичного приватного університету, м. Запоріжжя, старший викладач кафедри економічної кібернетики Обласного комунального вищого навчального закладу «Інститут підприємництва «Стратегія» м. Жовті Води

Башинська І. О., асистент кафедри обліку, аналізу та аудиту Одеського національного політехнічного університету

Безпарточний М. Г., к. е. н., доцент, проректор з науково-педагогічної роботи, завідувач кафедри економіки та математичних дисциплін Полтавського інституту економіки і права

Борвінко Е. В., к. м. н., доцент кафедри соціальної медицини, організації і управління охороною здоров'я Дніпропетровської медичної академії

Боковець В. В., к. е. н., доцент, професор кафедри менеджменту Вінницького фінансово-економічного університету

Бородач Ю. В., асистент кафедри технології та організації машинобудівельного виробництва Донбаського державного технічного університету

Возна В. В., здобувач, старший викладач кафедри менеджменту організацій Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Гавриш Г. О., аспірант кафедри економічної теорії, прикладної та національної економіки Класичного приватного університету, м. Запоріжжя

Гордєєва Т. А., старший викладач кафедри фінансів та банківської справи Хмельницького національного університету

Гордієнко В. О., к. е. н., доцент кафедри фінансів та державного управління Дніпропетровської державної фінансової академії

Грібах О. О., к. е. н., доцент кафедри економіки підприємства Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Гук В. І., к. т. н., доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційної діяльності Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Демессіє М. К., к. т. н., доцент кафедри менеджменту ландшафтного дизайну Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Єфіменко Т. І., к. е. н., доцент Української державної академії залізничного транспорту, професор



Заварзіна Г. О., старший викладач кафедри менеджменту ландшафтного дизайну Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Задорожний І. С., д. т. н., професор кафедри менеджменту організацій Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Задорожний С. В., пошукач, економіст банку «Терра банк»

Кирилюк В. С., к. е. н., доцент, доцент кафедри економіки промисловості Національної металургійної академії України, м. Дніпропетровськ

Козловська С. Г., старший викладач кафедри менеджменту організацій Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Літинська В. А., к. е. н., старший викладач кафедри управління персоналом і економіки праці Хмельницького національного університету

Лазоренко Л. В., к. е. н., доцент, Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»

Малик І. П., к. е. н., доцент кафедри менеджменту Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»

Малюк О. С., к. е. н., доцент кафедри економіки промисловості Національної металургійної академії України, м. Дніпропетровськ

Падурець Г. І., к. т. н., доцент кафедри менеджменту організацій Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Полякова Ю. В., к. е. н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин Львівської комерційної академії

Порохня В. М., д. е. н., д. т. н., професор кафедри економічної кібернетики та статистики Класичного приватного університету, м. Запоріжжя

Романюк О. М., магістрант з спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» Вінницького фінансово-економічного університету

Семенюк Н. О., асистент кафедри фінансів та банківської справи Хмельницького національного університету

Ус Г. О., д. е. н., доцент, проректор з підготовки наукових кадрів Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Чудаєва І. Б., к. т. н., доцент кафедри менеджменту організацій Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Шпак Л. О., к. е. н., доцент, завідувач кафедри фінансів і кредиту Східноєвропейського університету економіки і менеджменту

Яремко Л. А., д. е. н., професор кафедри міжнародних економічних відносин Львівської комерційної академії



SUMMARY

*Yaremko L.
Poliakova Y.*

GLOBAL COMPETITIVENESS OF A REGION AND ECONOMIC AND FISCAL ASPECTS OF ITS GROWTH

The economic and fiscal aspects of global competitiveness strengthening of regions of Ukraine under financial and economic crisis conditions are investigated. The role of taxation in the process of capital attraction and in economic activity stimulation of business in the region is considered.

*Porokhnia V.
Andreishyna N.*

MARKET BALANCE MODELLING CONSIDERING EXTERNAL FACTORS

The author presents mathematical model, in which demand and supply are considered as functions that depend on the price and its changes. The article investigates the influence of external factors on equilibrium price that is quantitatively expressed by differential equation coefficient. It becomes evident from the described functions of supply and demand that equation used for finding the equilibrium price is expressed by a single stable state of equilibrium.

Malyk I.

TRENDS OF INFORMATION ECONOMY DEVELOPMENT IN UKRAINE

The concept of the information economy and its relation to the information society are analyzed in the article. A complex research of transition process from the industrial to the information society is carried out, allowing to display the genesis of the information economy and its peculiarities of development in Ukraine and abroad. The basic trends and strategic goals of further development of the information economy in Ukraine are revealed.



Yefimenko T.

**STATING SOCIAL PHENOMENA AND PROCESSES
INDECIES IN FINANCIAL REPORTING OF ENTERPRISES**

The article investigates social indicators and phenomena of financial reporting of enterprises which together with economic indicators influence managerial decisions. The essence of the category “social factors” is defined. The author suggests the extended definition of such elements of financial reporting as assets, obligations and capital considering their social and economic benefits.

Huk V.

**POPULATION OF CHERKASY REGION FORECAST
IN 2013 BY METHOD OF TIME SERIES ADDITIVE
COMPONENTS ANALYSIS**

The article considers the issue of population forecasting. The author uses the approach based on the time series analysis. The article comprises a step-by-step description of the interval population forecast calculation algorithm by method of time series additive components analysis.

Shpak L.

**FEATURES OF WORLD FINANCIAL CENTERS
DEVELOPMENT**

The author discovers the features of the world financial centers development, their classification and main characteristics. Leading world financial centers are pointed out, key indices of their functioning are analyzed. The conditions required to transform the national financial centers into the world and regional ones are determined.

Demessie M.

Zavarzina G.

**ECONOMIC EXPEDIENCY OF ARCHITECTURAL
LANDSCAPE OBJECTS PLANNING WITH THE ELEMENTS
OF ROOF PLANTING**

Modern tendencies and methods in architectural landscape objects design with roof planting elements are analyzed in the article. Plant selection and green roof construction arrangement recommendations are given.



Bashynska I.

**INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS THEORY
DEVELOPMENT AND PECULIARITIES OF THEIR
FORMATION IN UKRAINE**

The article considers the development of integrated marketing communications theory. The author elucidates the causes of integrated marketing communications occurrence, principles of their formation and peculiarities at the Ukrainian enterprises. The author determines four major changes that integrated marketing communications have caused.

Maliuk O.

Kyryliuk V.

**SPECIAL FEATURES OF CREATION OF THE PROJECT
INVESTMENT PORTFOLIO WITH THE ECOLOGICAL
FACTOR ADJUSTMENT**

Methodical means of creation of ecologically balanced project portfolio are developed. Its special feature lies in the providing of the coordination of economic and environmental results of investment. Several dynamic models are developed, which allow selecting investment projects to the ecologically balanced portfolio and establishing the optimal sequence of their implementation.

Lazorenko L.

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
AS INNOVATIVE BUSINESS STRATEGY**

The article focuses on the essence, principles and constituents of corporate social responsibility in the separate enterprises of Ukraine and identifies features of construction of strategic activity management based on the social principles.

Borodach Y.

**MANAGEMENT EFFICIENCY OF MATERIAL FLOW OF
ASSEMBLING**

The problem of management efficiency of material flow of assembling is analyzed. The solution problems are revealed, recommendations for their solution are given.



Gribakho O.

**ORGANIZATIONAL CULTURE OF AN ENTERPRISE
AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS INCREASE**

The concept “organizational culture” is analysed, the criteria of organizational culture and its influence on the competitiveness of an enterprise are determined and investigated in the article.

Gordeeva T.

**ASSORTMENT OPTIMIZATION OF AN ENTERPRISE:
MARGINAL APPROACH**

Existing approaches to the enterprise product range formation are considered. Parameters in assortment optimization using the marginal approach are defined. The optimal scheme of the production program with the use of linear programming is calculated.

Zadorozhniy I.

Zadorozhniy S.

**PROSPECTS OF MANAGEMENT DEVELOPMENT IN THE
21st CENTURY**

The problems of management analysis at the beginning of the 21st century and further strategic changes in the theory and practice of management are considered in the article.

Kozłowska S.

Padurets G.

Chudaieva I.

EMOTIONAL COMPETENCE AND LEADERSHIP

The article considers the practicability of the competence building approach usage for the manager’s emotional competence evaluation. The author presents a modernized version of questionnaire based on the analysis of standard methods for evaluating the manager’s leadership competence and determines its consistency index.

Litynska V.

FORMING THE WORKER’S CAREER IN AN ENTERPRISE

The article considers the necessity of enterprise personnel’s career forming. The author gives a detailed characterization of the constituents of the career forming process: planning, control, estimation, motivation of the worker’s career.



Borvinko E.
Gordiienko V.

EFFICIENCY ESTIMATION OF TARGET PROGRAMS

The article considers theoretical aspects of the program-target method usage. The basic shortcomings of existing target programs are discovered. The effectiveness of the Countermeasure program against the contagion of socially dangerous diseases in the Dnepropetrovsk region 2008-2012 through economic and mathematical methods is estimated. The mechanism of the effectiveness analysis of the target programs is offered.

Bezpartochnyi M.

THE ROLE OF TRADE ENTERPRISES IN SATISFACTION OF CONSUMERS' NEEDS

Problems of formation of solvent demand and satisfaction of consumers' needs are considered. Improvement mechanisms of interrelation of trade enterprises and market consumers in the context of solvent demand decrease and change of economic situation are offered.

Bokovets V.
Romaniuk O.

INDUSTRIAL MANAGEMENT IMPROVEMENT

The article considers the nature and characteristics of enterprise management and measures of industrial management improvement.

Semeniuk N.

DEFINING THE SEQUENCE OF THE COMPANY WORKING CAPITAL ANALYSIS

The article examines the approaches to the working capital analysis by various scholars. The author offers stages of the working capital analysis with its division into current assets and sources of financing. The set of indicators for each stage of analysis is defined.

Havrysh H.

ASPECTS OF DEVELOPMENT OF ECONOMIC EXPERT ANALYSIS SERVICE MARKET IN UKRAINE

The author determines the factors that influence the formation of competitive environment in the economic expert analysis service market. The article comprises suggestions as to its effective formation based on the analysis of the problems of economic expert analysis service market development in Ukraine.



*Porokhnia V.
Us G.*

**MODELING OF THE FUNCTIONING EFFICIENCY
OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM
IN HIGHER EDUCATION INSTITUTE**

The article presents a model of the functioning efficiency of the knowledge management system in higher education institute. The model of efficiency management of the knowledge management system on the basis of utility maximization of the learning curve increase depending on the aggregate expenditures on students' training is worked out.

Vozna V.

**THE ROLE OF INTELLECTUAL CAPITAL
IN THE COMPETITIVENESS PROVISION
OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTE**

The author analyzes theoretical approaches towards explaining the definition "competitiveness of a higher education institute" and determines the competitiveness factors, which concern directly the intellectual capital of a higher education institute. The expedience of the intellectual capital management in a higher education institute to provide its innovation development and competitiveness on the education services market is substantiated.



ЗАПРОШУЄМО АВТОРІВ ДО СПІВПРАЦІ

У Східноєвропейському університеті економіки і менеджменту видається фаховий журнал «Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту».

Затверджено Постановою президії ВАК України від 10 листопада 2010 року № 1-05/7 (Бюлетень ВАК України, №12, 2010).

Науковий журнал «Вісник СУЕМ» друкує статті за такими напрямками:

- економіка і організація,
- фінанси і кредит,
- інвестиції і ринок,
- бухгалтерський облік та аудит,
- сучасний менеджмент,
- проблеми маркетингу,
- дослідження молодих вчених.

Журнал виходить два рази на рік, статті приймаються до 15 квітня та 15 жовтня кожного року.

Статті слід надсилати електронною поштою на адресу journal3.suem@gmail.com. Після прийняття редакцією до друку (перевірки на відповідність вимогам та рецензування членами редколегії) необхідно подати (або надіслати поштою) до редакції журналу рукопис статті у паперовій формі, кожна сторінка підписана автором (авторами). Окремо подаються відомості про автора (ПІБ, місце роботи, посада, науковий ступінь, вчене звання, адреса, телефон, адреса електронної пошти).

Максимальна кількість співавторів – не більше чотирьох.

Автори, які не перебувають з Університетом у трудових відносинах, подають **рецензію доктора наук** з висновком «Стаття відповідає вимогам ВАК України та рекомендується до друку у науковому журналі «Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту».

Автори, які є аспірантами або здобувачами Університету, подають **висновок наукового керівника**.

Статті, що відхилені рецензентами, повертаються авторам на доопрацювання. Доопрацьована стаття надсилається до редакції в тиждневий термін. Рукопис статті автору не повертається.

Автори оплачують вартість публікацій у розмірі **300 грн за обсяг 0,5 авторських аркушів (20000 символів) та вартість поштових витрат (30 грн)**. При бажанні співавтора мати окремий екземпляр додатково сплачується **80 грн**. Оплата здійснюється після прийняття Редколегією позитивного рішення (автор повідомляється електронною поштою).

Копія квитанції про оплату подається електронною поштою.

Оплата у готівковій формі здійснюється в касі Університету, а безготівковою формою за такими платіжними реквізитами:

Одержувач платежу: ТОВ ВНЗ «СХІДНОЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ», код 14204539 МФО 354789, р/р 2600700025653 АТ «Укресімбанк», вул. Н.–Левицького, 16, м. Черкаси, 18036 (призначення платежу: за друк статті, із зазначенням прізвища автора).



Обов'язкові елементи статті:

- **УДК** даної теми дослідження (зазначається у лівому кутку вгорі);
- **дані про автора** (українською, російською та англійською мовами): прізвище, ім'я та по батькові; науковий ступінь, вчене звання; місце роботи (навчання), посада;
- **назва статті** (українською, російською та англійською мовами);
- **анотація** (українською мовою);
- **ключові слова** (не менше трьох та не більше восьми);
- **постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями;**
- **аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується дана стаття;**
- **формулювання цілей статті (постановка завдання);**
- **виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;**
- **висновки з даного дослідження і перспективи подальшого дослідження даної теми;**
- **анотація англійською мовою (Summary)** (виділяється курсивом);
- **література** (не більше десяти посилань на наукові джерела; посилання подаються по тексту у квадратних дужках; на кожне використане джерело, зазначене у розділі «література», по тексту повинно бути не менше одного посилання).

Вимоги до оформлення статті:

- редактор – Microsoft Word (розширення файлу doc або rtf);
- формат редактора для формул – Microsoft Equation;
- шрифт тексту – Times New Roman, 12 кегль;
- інтервал між рядками – 1;
- береги: лівий, правий, верхній, нижній – 4 см;
- для рисунків та таблиць: шрифт – Times New Roman, 10 кегль, інтервал між рядками – 1;
- рисунки, таблиці, діаграми створюються з використанням чорно-білої гами; кольорові графічні об'єкти, заливки та зноски не допускаються!
- обсяг статті (зі списком використаної літератури, таблицями, схемами тощо) 8–13 сторінок формату А4;
- матеріал статті оформлюється із зазначенням відповідних розділів;
- бібліографічний опис у списку джерел наводиться у відповідності до вимог ВАК України.

За відсутності одного з перелічених компонентів, наявності великої кількості стилістичних, орфографічних і граматичних помилок, а також при оформленні, що не відповідає вимогам, матеріали Редколегією до розгляду не приймаються, не рецензуються та не повертаються автору.

Адреса редакції: вул. Н.-Левицького, 16, Черкаси, 18036.

Відповідальний секретар журналу Дешевенко Людмила Петрівна,

Тел. (0472) 64-72-00 (внут. 101).



ВІСНИК СУЕМ № 1 (14), 2013

Науковий журнал

Засновник, редакція, видавець і виготовлювач
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту.

Свідоцтво про державну реєстрацію
серія КВ № 16612 – 5084Р від 23.04.2010.

Редактор О. М. Строгалова

Підписано до друку 17/05/2013. Формат 84x108/16.
Друк різнографічний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 17,5. Тираж 100 прим. Зам. № 51.
Адреса редакції, видавця, виготовлювача: 18036, м. Черкаси, вул. Н. Левицького, 16
Телефон редакції (0472) 71-25-96, факс: (0472) 64-73-00,
e-mail: journal3.suem@gmail.com

Надруковано на обладнанні СУЕМ.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи серія ДК № 3734 від 17 березня 2010 р.

Видається за рекомендацією Вченої ради СУЕМ

Статті проходять рецензування. Передрук і переклади матеріалів,
опублікованих у журналі, дозволяються лише зі згоди автора та редакції.
