

Економічні науки

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП



МІЖРЕГІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Засновано у 2001 р.

Випуск 44 (1–2015)

Київ
ДП «Видавничий дім «Персонал»
2015

УДК 330-339; 321.7; 159.9
ББК 65.9(4УКР)29-2я43
М58

Редакційна колегія

Подоляка А. М., д-р юрид. наук, проф. — головний редактор
Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф. — заступник головного редактора
Ігнатченко А. А., канд. техн. наук — відповідальний редактор

Політичні науки

Антонюк О. В., д-р політ. наук, проф., Бабкіна О. В., д-р політ. наук, проф., Бідзюра І. П., д-р політ. наук, Варзар І. М., д-р політ. наук, проф., Головатий М. Ф., д-р політ. наук, проф., Гончаренко О. М., д-р іст. наук, Піляєв І. С., д-р політ. наук, Хижняк І. А., д-р іст. наук, проф., Шуба О. В., д-р політ. наук, проф.

Економічні науки

Захожай В. Б., д-р екон. наук, проф., Дахно І. І., д-р екон. наук, проф., Дмитренко Г. А., д-р екон. наук, проф., Куроченко О. В., д-р екон. наук, проф., Пила В. І., д-р екон. наук, проф., Радзівський О. І., д-р екон. наук, Федоренко В. Г., д-р екон. наук, проф., Шостак Л. Б., д-р екон. наук, проф., Швець В. Я., д-р екон. наук, проф., Баєва О. В., д-р біол. наук, проф., Сафонова В. Є., д-р екон. наук, Хачатрян Г. Е., д-р екон. наук.

Юридичні науки

Александров Ю. В., канд. юрид. наук, проф., Ануфрієв М. І., д-р юрид. наук, проф., Бандурка О. О., д-р юрид. наук, проф., Бородін І. Л., д-р юрид. наук, проф., Гаркуша В. С., канд. юрид. наук, доцент, Демченко С. Ф., д-р юрид. наук, Джуль В. В., д-р юрид. наук, проф., Ковальська В. В., д-р юрид. наук, ст. наук. співр., Корнієнко М. І., канд. юрид. наук, проф., Курко М. Н., д-р юрид. наук, доцент, Мартиненко О. А., д-р юрид. наук, проф., Муравйов К. В., канд. юрид. наук, доцент, Недюха М. П., д-р філос. наук, проф., Подоляка А. М., д-р юрид. наук, проф., Темченко В. І., канд. юрид. наук, доцент, Христинченко Н. П., канд. юрид. наук, Юлдашев О. Х., д-р юрид. наук, проф., Ярмиш О. Н., д-р юрид. наук, проф.

Психологічні науки

Балл Г. А., д-р психол. наук, проф., Лігоцький А. О., д-р пед. наук, проф., Ложкін Г. В., д-р психол. наук, проф., Приходько Ю. О., д-р психол. наук, проф., Сильнов В. М., д-р пед. наук, проф., Чернуха Н. М., д-р пед. наук, проф., Чуприков А. П., д-р мед. наук, проф., Бучек А. О., д-р психол. наук, проф.

Рекомендовано до друку Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 11 від 24 грудня 2014 р.)

Міжрегіональна Академія управління персоналом.

М58 Наукові праці МАУП / редкол.: А. М. Подоляка (голов. ред.) [та ін.]. — К. : МАУП, 2001 — Вип. 44 (1–2015). — К. : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2015. — 266 с.: іл. — Бібліогр. в кінці ст.

У збірнику наукових праць публікуються статті науковців, які займаються проблемами розвитку економіки, політології, психології і права.

Для науковців, викладачів, студентів, а також усіх, кого цікавить розвиток науки в Україні.

Збірник “Наукові праці МАУП” зареєстровано Державним комітетом інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України (свідоцтво від 11.04.02 за № 6048, серія КВ) як наукове видання, в якому висвітлюються результати наукових досліджень в галузях економіки, політології, соціології, психології, права, матеріалів наукових конференцій.

Вищою атестаційною комісією України “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з політичних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/4 від 26 травня 2010 р.) та юридичних наук (за постановою Президії ВАК України № 1-05/5 від 31 травня 2011 р.).

Міністерством освіти і науки України збірник “Наукові праці МАУП” визнано як фахове видання з економічних наук (за наказом МОН України від 21.11.13 № 1609).

ББК 65.9(4УКР)29-2я43+67.9(4УКР)я43

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2015
© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2015

ЗМІСТ

| | | | |
|--|----|--|-----|
| ПОЛІТИЧНІ НАУКИ | 5 | Беніцький А. С. Класифікація проявів причетності до злочину в кримінальному праві України | 72 |
| Шконда В. В., Кальянов А. В. Постіндустріальна глобалізація: системні ризики, регуляторна модель попередження глобалізаційних викликів і загроз | 5 | Бортник В. А. Честь та гідність як додатковий безпосередній об'єкт злочину | 77 |
| Bondarets M. V. The conceptual framework for neoindustrialization of the CIS transition countries | 12 | Мкртчян Р. С. Рішення підрозділів ДАІ МВС України як предмет оскарження в адміністративних судах | 83 |
| Гольцов А. Г. Геополітика Російської Федерації в пострадянському просторі | 18 | Подоляка С. А. Поняття безпеки особи та особистої безпеки працівників прокуратури | 90 |
| Губаль Л. М. Стиль і мода в діалозі “традиційна – елітарна – масова” культури | 26 | Утвенко В. В. Правове регулювання діяльності об'єднань співвласників багатоквартирних будинків: зарубіжний досвід | 94 |
| Ищенко О. М. Структурно-функціональний зміст соціального капіталу | 33 | Хорт І. В. Особливості інформаційного забезпечення органів внутрішніх справ у сфері охоронної діяльності | 100 |
| Пугач В. Г. Еволюційні ризики сучасної демократії | 40 | Щокін Р. Г. Теоретико-правовий аналіз правомочності суб'єктів інтелектуальної власності у господарській діяльності | 108 |
| Ляшенко Є. О. Аналіз причин та наслідків проведення миротворчих операцій нашого часу | 45 | Шашкова-Журавель І. О. Деякі аспекти системи міжнародно-правового захисту трудових відносин працівників охорони здоров'я | 112 |
| Омельченко О. А. Етнопсихологічні аспекти взаємодії українців і французів | 49 | Босий В. П. Інституційно-правова система забезпечення прав біженців в Україні | 118 |
| Якімов В. В. Значення політичного плюралізму для розвитку демократичної держави | 55 | Гнатів О. Б. Визнання правочинів недійсними як спосіб захисту права власності | 126 |
| ЮРИДИЧНІ НАУКИ | 61 | Красногор О. В. Верховна Рада України: конституційно-правові засади функціонування та діяльність | 130 |
| Дахно І. І. Прикладні аспекти дисципліни “Міжнародне приватне право” | 61 | | |
| Александров Ю. В. Щодо деяких вимог режиму у виправних колоніях | 68 | | |

| | | | |
|--|-----|--|-----|
| Поліщук М. Г. Щодо поділу правопорушень на дрібні та тяжкі в Україні та зарубіжних країнах і участі адвоката у процесі розгляду зазначених справ | 136 | Бурсов Р. В. Багатофакторний аналіз господарської діяльності промислових підприємств..... | 201 |
| ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ | 142 | Колесник В. М. Підходи до оцінки ефективності управління витратами феросплавних підприємств | 208 |
| Сафонова В. Є. Концепція ефективного співфінансування інноваційного потенціалу вищої освіти | 142 | Любас Б. Понятійно-категоріальний апарат, використовуваний в процесі вивчення конкурентоспособності підприємств..... | 214 |
| Варениченко Л. Л., Феценко О. Л. Застосування моделі платіжного балансу для статистичного аналізу і прогнозування | 151 | Макарчук М. П. Унікальні конкурентні переваги для підприємств | 218 |
| Захожай В. Б., Корецька О. В. Методика розрахунку інтегрального показника інноваційної спрямованості підприємств | 158 | Марченко С. М. Теоретичні засади формування адаптивних логістичних систем ціноутворення в системі маркетингу підприємств сільськогосподарського машинобудування..... | 224 |
| Радзієвський О. І. Специфіка управління національними підприємствами в умовах глобалізації | 166 | Маценко Є. В. Моделі управління розвитком національної економіки та основні підходи до їх реалізації..... | 236 |
| Бовш Л. А. Аналіз основних аспектів розвитку готельного бізнесу в Україні в сучасних умовах..... | 171 | Таранець В. О. Методи виміру та оцінки ефективності застосування організаційного ресурсу..... | 241 |
| Грідчина М. В., Яковлева Н. Г. Шляхи підвищення інноваційної активності вітчизняних підприємств..... | 176 | ПСИХОЛОГІЧНІ НАУКИ | 246 |
| Чайка Н. Г., Каштанова Т. В. Набуття комунікативних вмінь у процесі підготовки менеджерів | 180 | Головатий Н. Ф., Пиарска Р. Семья и семейная политика в условиях современных трансформирующихся обществ.... | 246 |
| Юсеф Н. Определение и многогранность международных экономических отношений в условиях глобализации экономики | 188 | Дуднік О. О., Дуднік А. С. Психологічні проблеми професійного самовизначення випускників шкіл-інтернатів..... | 252 |
| Григор'єва М. І. Удосконалення системи управління ризиками зовнішньоекономічної діяльності у бізнес-плануванні..... | 192 | Пиарска Р. Проблема типологии семьи и ее функционального предназначения в современных обществах: теоретико-методологический аспект | 255 |
| | | ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ | 261 |

УДК 378:330.341.1

В. Є. САФОНОВА

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

КОНЦЕПЦІЯ ЕФЕКТИВНОГО СПІВФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 142–150

Досліджуються пріоритетні напрями співфінансування інноваційного потенціалу вищої освіти. Особлива увага надається формуванню моделі соціального партнерства у співфінансуванні освітніх новацій.

В Україні нині все частіше обговорюється роль бізнесу в розвитку суспільства, зокрема і розвиток його інтелектуального потенціалу. Дискусії про соціальну активність українського бізнесу у сфері освіти ведуться в контексті так званої корпоративної соціальної відповідальності перед суспільством. Цей термін трактується як філософія поведінки і концепція вибудовування діловим співтовариством, компаніями і окремими представниками бізнесу своєї діяльності з акцентом на соціально-економічні орієнтири, у тому числі: створення привабливих робочих місць, виплати легальних зарплат і інвестиції в розвиток людського потенціалу, а також внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми і проекти розвитку місцевого співтовариства.

У зарубіжній науковій літературі питанням дослідження соціальної відповідальності приділялася значна увага. Різноманіття підходів до розуміння категорії та розвитку концепції корпоративної соціальної відповідаль-

ності знайшло своє відображення у працях Г. Боуена, П. Друкера, К. Девіса, Ф. Котлера, А. Керролла, Н. Лі, Р. Маккіона, М. Фрідмана, Е. Фрімена, М. Штойера та ін. Проблеми, пов'язані з теоретичними і практичними аспектами соціальної відповідальності бізнесу, знайшли широке відображення в роботах сучасних російських авторів: М. Здравомислова, М. Корсакова, С. Літовченко, Л. Москвіна, В. Міхеєва, В. Сперанського, С. Туркіна, Б. Столповського, Е. Шиманської та ін. Значну увагу питанню формування теоретико-методичних аспектів соціальної відповідальності бізнес-середовища в Україні приділено у працях вітчизняних науковців: І. Акимової, О. Акіліної, О. Балакіревої, Д. Баюри, І. Булеєва, О. Грішної, А. Колота, А. Лопатинської, Е. Лібанової, М. Мурашко, Е. Осикіної.

Віддаючи належне їх науковим напрацюванням з цієї проблематики, слід зауважити, що дослідження з розвитку інституту соціального партнерства у співфінансуванні ви-

щої освіти ще не мають координованого і системного характеру.

Потребують ретельнішого дослідження такі питання співфінансування інноваційного потенціалу вищої освіти, як формування моделі соціального партнерства у співфінансуванні освітніх новацій, яка б сприяла більш стійкому та якісному розвитку вищої освіти.

Дослідимо пріоритетні напрями співфінансування інноваційного потенціалу вищої освіти та опрацювання пропозицій щодо підвищення ефективності цього процесу.

Основними принципами соціального партнерства у фінансуванні інновацій в освіті є: дотримання норм законодавства; повноважність представників сторін; рівноправ'я сторін у свободі вибору і обговорення питань, що становлять зміст договорів зі спільного фінансування інноваційних проектів; прояв доброї волі сторін під час прийняття зобов'язань; систематичний контроль і відповідальність за виконання зобов'язань.

Адміністративна реформа, що розпочалася в Україні у 2010 р., спрямована: а) на оптимізацію діяльності органів законодавчої, виконавчої і судової влади; б) на подолання адміністративних бар'єрів у розвитку соціального партнерства як особливого типу соціально-економічних відносин, властивих ринковому суспільству.

Разом з бюджетним фінансуванням, що створює умови для стимулювання інноваційної освітньої діяльності, як чинник істот-

ної фінансової підтримки освітніх установ у прийнятих нормативних документах пропонується використовувати формування такого інвестиційного клімату у сфері освіти, який дає можливість: здійснити перехід до конкурентних і контрактних механізмів фінансування; створити умови для залучення додаткових коштів до установ освіти; розширити сферу додаткових платних освітніх послуг як внутрішнього ресурсу фінансування і стимулювання інноваційних освітніх програм [1].

Збільшення частки позабюджетних надходжень припускає диверсифікацію джерел фінансування освіти, тобто розширення кола інвесторів, зацікавлених у розвитку освітньої діяльності.

Інвесторів, які залучаються до контрактних форм фінансування інноваційних процесів, можна ідентифікувати як співінвесторів інноваційної освітньої діяльності, а механізм залучення і використання інвестиційних вкладень як механізм співфінансування освітніх інновацій.

Враховуючи наслідки хронічного недофінансування освіти, пріоритетним напрямом співфінансування, на наш погляд, повинні стати підтримка і стимулювання інноваційного потенціалу вищої професійної освіти [2, 277].

Підвищення ефективності співфінансування освітньої діяльності неможливе без розвитку інституту соціального партнерства (рис.1).



Рис. 1. Система співфінансування освітніх новацій

Об'єктом соціального партнерства є інвестиції у приріст нефінансових активів вищої школи [3]. Суб'єктами такого партнерства є держава, некомерційні організації і бізнес.

Слід погодитися з думкою Е. Лібанової в тому, що більшість керівників і власників великих бізнес-структур в умовах кризи приходять до розуміння того, що будь-яким довгостроковим інвестиційним програмам іманентно властива соціальна складова [4].

На думку дослідників, вбудовування корпоративної соціальної відповідальності в базові функції бізнесу сьогодні є актуальним завданням [5, 171].

Український бізнес нині виділяє 17 % прибутку на соціальні програми. Інвестиції приватного бізнесу в освітні новачії можна визначити як зовнішні та внутрішні. Класифікацію фінансових вкладень в освітні новачії за суб'єктами інвестування визначає модель, представлена на рис. 2.

У моделі представлені усі основні співінвестори освітніх новачії: держава, некомерційні організації, бізнес (фірми). Розділяючи державний тягар витрат на інноваційну освіту, бізнес може здійснювати як зовнішні, так і внутрішні інвестиції.

Під зовнішніми інвестиціями розуміється соціальна активність бізнесу, заснована на вкладенні капіталу фірми в новачії сфери освіти свого регіону; під внутрішніми — вкладення фінансових коштів організації в розвиток інтелектуального потенціалу працівників, відтворення і підтримування людського капіталу, підвищення рівня кваліфікації і зрештою рівня доходів від бізнесу.

На сьогодні розвиток соціальної відповідальності українського бізнесу знаходить-

ся на початковому етапі свого формування. Проте держава може і повинна стимулювати перехід від разових добродійних акцій до проектування соціальних програм, у тому числі і нововведень в освіті.

Цей процес може стати наслідком того, що корпоративний сектор стимулюватиметься до усвідомлення своїх зобов'язань перед суспільством. У світовій практиці вже існують докази взаємозв'язку збільшення вартості компаній від покращання двох параметрів — якості соціальної відповідальності і якості корпоративної структури.

Для позначення соціальної активності бізнесу в межах місцевого співтовариства іноземні економісти використовують термін "Corporate Community Involvement" (CCI), що означає: "корпоративна залученість у справи місцевого співтовариства".

Ця система відносин знаходить своє віддзеркалення в соціальних програмах, у тому числі й освітніх, які підтримують інтереси компаній і місцевого співтовариства. Соціальна активність бізнесу на місцевому рівні може бути дуже важлива для подальшого існування і розвитку компанії. Це виявляється, наприклад, у тому, що місцеві адміністративні органи значною мірою впливають на бізнес, причому не завжди позитивно.

Ще одним незаперечним фактом на користь соціальної активності бізнесу на місцевому рівні є те, що багато членів цього співтовариства є потенційними клієнтами компанії. Саме ця причина — найважливіша мотивація при прийнятті компанією участі у розв'язанні проблем освітніх організацій регіону.

Проте в Україні в результаті багаторічного реформування сфери вищої освіти виник

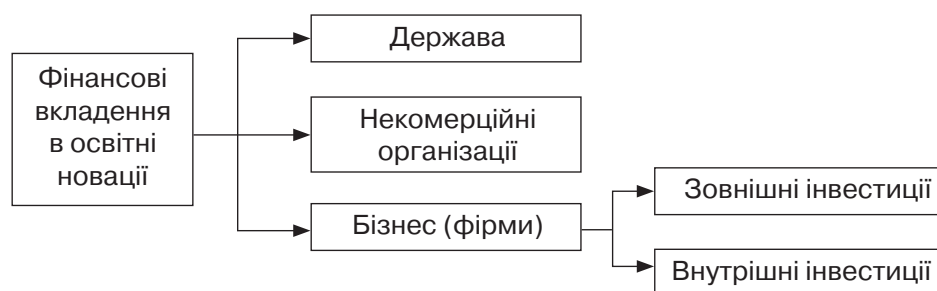


Рис. 2. Модель соціального партнерства у співфінансуванні освітніх новачії

механізм переорієнтації основної частини позабюджетних коштів на покриття недофінансованих бюджетом витрат. Його успішній реалізації сприяли новації бюджетного і податкового законодавства, оскільки з переходом в казначейство до вищих органів управління освітою перейшли і функції розпорядників кредитів, зокрема позабюджетними надходженнями як неподатковими доходами бюджету.

Унаслідок був створений механізм дестимулювання оновлення і розвитку ресурсної бази ВНЗ за рахунок позабюджетних коштів. Безумовно, цей процес ніяк не сприяє залученню інвестиційних ресурсів в освітні новації. Залишився лише один спосіб використання інвестиційних вкладень. Це гранти й інші цільові надходження, які, оминувши органи казначейства, безпосередньо потрапляють на розрахункові рахунки ВНЗ.

Іншим видом соціальної активності бізнесу є внутрішні інвестиції в освітні інновації. На думку Є. Ф. Сабурова, у класичному розгляді ставлення корпорацій до вкладень в освіту прийнята певна схема [6]. Якщо професійний потенціал працівника після навчання буде задіяний досить тривалий час тільки всередині корпорації, то її керівництво згодне навчати своїх працівників не тільки на робочих місцях, але й у навчальних закладах. Фінансові кошти на це беруться не лише з недоплати за працю, але й з корпоративного прибутку. Якщо, навпаки, навчання носить більш загальний характер і в недалекому майбутньому дає можливість працівникові змінити місце роботи, то корпорація не стане брати участь в інвестуванні.

Ще одним великим соціальним партнером у фінансуванні освіти виступають міжнародні некомерційні фонди і пов'язані з ними інститути-грантодавці. Акумуляуючи приватні кошти, кошти корпорацій або кошти бюджетів різних держав, ці міжнародні фонди інвестують в освіту, часто на безповоротній основі. Як зазначають дослідники, загальний обсяг інвестицій громадських організацій в освіту важко підрахувати через відсутність достовірної статистики.

Отже, інвестиції в інноваційний розвиток освіти — це фінансові ресурси компанії, що направляються на реалізацію освітніх програм, розроблених з урахуванням інтересів основних внутрішніх і зовнішніх сторін, від вкладення яких очікується певний соціальний та економічний ефект.

З цих позицій як основний об'єкт спільного інвестування слід розглядати нові освітні програми з урахуванням їх диверсифікації за рівнями навчання. Наприклад, перехід на нові стандарти навчання і дворівневу підготовку з гуманітарних спеціальностей необхідно розглядати як спільний інноваційний проект держави і бізнесу. Доцільність інвестування цієї новації як базисної в соціальній сфері неможливо довести без кваліфікованої інноваційної технологічної експертизи. На наш погляд, експертизу ефективності введення нових стандартів вищої освіти має взяти на себе держава, оскільки саме вона несе відповідальність за дотримання пріоритетів державної фінансової політики, зокрема і в співфінансуванні інноваційної освітньої діяльності.

Нині існує багато причин, за якими в українських ВНЗ, особливо дослідницьких університетах, що реалізують освітні інновації, потрібні багатоканальні фінансові інвестиції соціальних партнерів. Головними причинами є:

1. Відсутність законодавчо закріплених соціальних стандартів, тобто державних зобов'язань з фінансування освітньої діяльності, зокрема і освітніх інновацій у вищій школі. У зв'язку з цим виникає необхідність орієнтації на конкретного споживача освітніх послуг, що можна здійснити шляхом реалізації принципів і методів ефективного управління фінансовими ресурсами ВНЗ.

2. Зміна умов набору контингенту студентів. Уведення єдиного державного іспиту змінює зовнішні умови фінансово-господарської і освітньої діяльності вітчизняних ВНЗ, можливо, руйнуючи побудовану профорієнтаційну роботу, що сприяла пошуку і залученню абітурієнтів. Знеособлена взаємодія "абітурієнт — ВНЗ" примушує шукати нові методи і форми взаємодії з середньою школою і потенційними абітурієнтами.

3. Перехід на всезагальну платну вищу освіту. Державні іменні фінансові зобов'язання, освітні кредити, нові форми цільової контрактної підготовки — усе це вводить нові елементи в систему управління фінансовими потоками вищої освіти, просуваючи її шляхом ринкових перетворень. Досвід роботи західних університетів, що заснований на реалізації принципів планування і програмно-цільового бюджетування, дає підстави думати, що і в українській вищій школі немає особливого шляху у справі створення ефективної системи управління.

4. Нові моделі освіти. Так само, як і в США, нові моделі, засновані на сучасних телекомунікаційних технологіях, орієнтованих на потреби ринку, є серйозною загрозою для існування фундаментальної вищої освіти. Тому лінія поведінки ВНЗ на ринку освітніх послуг повинна знайти і протиставити негативній тенденції у вищій освіті такі методи і технології, які становитимуть їх конкурентоспроможність як на локальному, так і на світовому ринку освітніх послуг.

5. Приватний сектор освіти. Наявність у системі української вищої освіти приватного сектору, в якому умови праці значно полегшені порівняно з державним сектором, створює жорстку конкуренцію, в якій державний сектор часто програє за зовнішніми параметрами, привабливими для споживача. Внаслідок цього освітні інновації, що мають на меті досягнення конкурентоспроможної переваги над приватним сектором, вимагають спеціальних тактичних прийомів і методів роботи.

З огляду на це цікаво досліджувати досвід інноваційного менеджменту у сфері вищої професійної освіти зарубіжних країн, який сьогодні переживає новий виток розвитку.

Європейський соціальний діалог був ініційований президентом Європейської комісії Ж. Делором. Учасниками цього діалогу в країнах Європейського Союзу є: Спілка конфедерацій промисловців і роботодавців Європи (UNICE); Європейський центр підприємств за участю держави і підприємств загального економічного інтересу (СЕЕР); Європейська конфедерація профсоюзів (ETUC); Європей-

ська асоціація ремісничих, малих і середніх підприємств.

У сфері освіти і професійного навчання були виділені чотири основні напрями:

1. Безперервне навчання — початкове і подальше навчання.

2. Професійна орієнтація молоді і дорослого населення.

3. Професійні кваліфікації, включаючи прогнозування й аналіз попиту, взаємне визнання кваліфікацій та їх прозорість.

4. Ресурси і фінансування.

У межах цих напрямів у сферу інтересів соціальних партнерів входять такі питання: професійного навчання, визначення змісту професійної освіти і підвищення якості навчальних планів та програм, формування єдиного європейського простору для дистанційного навчання; визначення умов і цілей розробки професійних кваліфікацій і базових професійних умінь; здійснення професійної орієнтації (виявлення зв'язків між основною освітою і професійним навчанням, особливо сприяння працевлаштуванню молоді); тривалості обов'язкового навчання; підготовки викладацького складу; організації і здійснення виробничого навчання; забезпечення зайнятості, і передусім — серед молоді (ця проблема знаходиться на перехресті сфер освіти, початкового професійного навчання, професійної орієнтації, освоєння професійних кваліфікацій і продовженого навчання, вона набула особливого значення у зв'язку із зростанням безробіття серед молоді і зростаючим попитом з боку підприємств на кваліфіковану робочу силу); організації і функціонування системи подальшого навчання та його доступності; забезпечення законодавчого закріплення перелічених питань.

З огляду на це Європейська комісія вживає можливих заходів і розробляє документи, що містять орієнтири подальшого розвитку. Наприклад, в Зеленій книзі “Життя і робота в інформаційному суспільстві” називаються такі вимоги: міцні основи знань і умінь необхідно закладати протягом перших років освіти, яка повинна ґрунтуватися на нових технологіях; викладачі і вчителі повинні постійно підвищувати свій професій-

ний рівень; навчальні заклади мають бути гнучкими в частині їх адаптації до нових вимог ринку праці; потрібне зближення навчальних закладів і підприємств; повинне здійснюватися формування компаній, що навчаються [7].

Вивчення досвіду країн ЄС за останні 50 років дає можливість стверджувати, що саме розвиток інституту соціального партнерства є необхідною передумовою для стійкого та якісного розвитку професійної освіти і навчання. Ключова роль у розвитку соціального партнерства у сфері професійної освіти належить роботодавцям та їх організаціям, які виконують такі функції:

- участь у розробці кваліфікаційних вимог і професійних стандартів, а також стандартів професійного навчання;
- формування пріоритетів навчання на робочому місці;
- участь у формуванні державної політики і прийнятті рішень в галузі професійного навчання;
- участь в розробці освітніх програм;
- визначення вимог до змісту навчання і до підсумкової оцінки;
- мобілізація фінансових ресурсів і контроль за їх використанням;
- участь в управлінні навчальними закладами.

Участь соціальних партнерів в розробці структури кваліфікацій є природною гарантією того, що навчання ведеться саме тим професіям, які затребувані на ринку праці. Наприклад, держава в Нідерландах встановлює формат взаємодій, який конкретизується суб'єктами освіти і праці, тобто соціальними партнерами. Соціальні партнери здійснюють пошук компаній, які можуть надати учнівські місця і відповідні умови для виробничої практики. Компанії зацікавлені у наданні учнівських місць з двох причин: по-перше, вони можуть вибрати потрібних для себе фахівців з "учнів", а, по-друге, "учні", проходячи виробничу практику, працюють на компанію.

Учнівські місця оплачуються роботодавцями. Між роботодавцем і студентом укладається контракт, за яким студент стає співробітником компанії на період навчання й

отримує мінімальну зарплату. Крім цього роботодавці також оплачують інструкторів виробничого навчання і вартість навчальних матеріалів. За це вони отримують певні податкові пільги.

Головна ідея соціального партнерства у Великобританії випливає з аналізу ситуації в економіці і порівнянні її з ситуацією основних конкурентів. Аналіз показав, що продуктивність праці у Великобританії нижча, ніж в інших економічно розвинених країнах. У розрахунку на одного працівника вона на 42 % нижча, ніж у США, і на 14 % — ніж у Франції і Німеччині. В цілому по країні було виявлено істотну відмінність між регіонами. Раніше у Великобританії існувало близько 70 національних організацій з навчання, проте їх мережа в цілому не змогла вирішити важливі завдання, що ставилися промисловістю. У зв'язку з цим виникла реальна потреба у створенні нової дієздатної і сильної мережі, яка визнається вже на рівні уряду і вирішувала б такі завдання: підвищила залучення роботодавців до навчання; чітко уявляла потреби роботодавців; проводила якісний аналіз потреб галузей в уміннях; могла чітко виявити кореляцію між уміннями та якістю виробництва товарів і послуг; мала тісний зв'язок з галузями; формулювала потреби галузі для сфери освіти і навчання; мала репутацію, яка б сприяла залученню роботодавців і профспілок до процесу підвищення конкурентоспроможності економіки країни в цілому шляхом розширення інвестицій та зміцнення загальної бази умінь у країні.

На думку роботодавців, вирішення цих завдань дасть можливість вирішити і два інші: підвищити рівень продажів та інноваційний розвиток національної економіки.

У Німеччині соціальні партнери активно беруть участь у розробці кваліфікацій професійної освіти. На першому рівні проводиться дослідження, і Федеральний інститут профосвіти (BIBB) готує необхідні документи по структурі і змісту розроблюваного регулювання. Потім об'єднання роботодавців, профспілок, федерального уряду й урядів земель досягають угоди по пілотуванню нових про-

цедур та по ключових параметрах. Потім відповідне міністерство і бізнес-структури допрацьовують документи і домовляються про умови співфінансування.

У Департаменті професійного навчання Міністерства освіти Франції існує Бюро партнерства із сферою праці і консультативними професійними комісіями (організаціями соціальних партнерів), яке відповідає за розробку змістовної сторони кваліфікаційних вимог і за зв'язок з національними галузевими консультативними комісіями. Також існують понад двадцять консультативних професійних комісій, що займаються розробкою кваліфікаційних вимог для державних професійних дипломів. Кожна з цих комісій відповідає великому сектору економіки. При цьому соціальні партнери мають право розпоряджатися податком на потреби програми "учнівство" і зборами з підприємств на розвиток безперервного професійного навчання.

Основні форми розвитку соціального партнерства у сфері професійної освіти в країнах ЄС можуть бути узагальнені таким чином. В останні п'ять років відбувається створення органів соціального партнерства на національному, регіональному, галузевому і місцевому рівнях і на рівні навчальних закладів (за участю представників підприємств, асоціацій роботодавців і підприємців, торгово-промислових палат, профспілок і представників сфери освіти) як для розробки кваліфікаційних вимог до фахівців (розробка специфікації сфери праці), національної системи кваліфікацій ПОО і стандартів ПОО (специфіка оцінки), навчальних програм (специфікація сфери освіти), змісту й організації виробничої практики на підприємстві (навчання на робочому місці) або в майстернях навчального закладу, так і для прогнозів розвитку ринку праці і ресурсної підтримки професійної освіти.

В Україні індикаторами розвитку інституту соціального партнерства в співфінансуванні вищої школи можуть бути:

- збільшення частки ВНЗ, що мають інституту суспільно-цивільної участі в управлінні фінансовими ресурсами;

- збільшення частки регіонів України, що використовують процедури суспільно-цивільної експертизи результативності довготермінових і поточних інвестицій у вищу професійну освіту;
- збільшення частки регіонів України, що здійснюють моніторинг фінансового забезпечення ВНЗ за усіма джерелами фінансування.

Таким чином, оцінку результативності взаємодії соціальних партнерів у співфінансуванні розвитку вітчизняних ВНЗ можна здійснити за такими показниками:

- скорочення кількості вищих навчальних закладів, навчально-матеріальної бази, яка вимагає капітального ремонту;
- спільне будівництво нових вищих навчальних закладів;
- зростання інвестицій, спрямованих на модернізацію основних фондів і приріст нефінансових активів;
- зростання питомої ваги фінансування вищої школи за рахунок засобів недержавних джерел у загальному обсязі фінансування;
- зростання частки великих інвестиційних проектів, питома вага витрат за якими за рахунок засобів недержавних джерел перевищує 10 %;
- зростання питомої ваги ВНЗ, що фінансуються на основі середньострокових і довгострокових цільових програм.

До стратегічних пріоритетів інституту соціального партнерства у співфінансуванні вищої освіти на державному рівні доцільно віднести зниження ресурсомісткості при підвищенні якості й доступності освітніх програм, розвиток інноваційної спроможності вищої школи. На рівні ВНЗ — зростання недержавного фінансування освітніх програм, частки позабюджетного фінансування освітніх інновацій, підвищення стійкості фінансового стану, збільшення частки нематеріальних активів і підвищення рівня прибутків працівників.

Особливості освітнього процесу визначають складність формалізації вартості інноваційного навчання, а відтак, обґрунтованість вигідності його інвестування. З цих позицій

доцільно розмежувати джерела фінансування і створити відповідні стимулюючі механізми для виконавчих органів влади, працедавців і населення в інвестуванні тих або інших напрямів діяльності освітньої установи. Тобто необхідно створити механізм соціального партнерства у фінансовому забезпеченні інноваційної освітньої діяльності ВНЗ.

У зв'язку з цим усі джерела грошових надходжень можуть бути поділені на три групи:

1) гарантовані (кошти бюджетів усіх рівнів і засновників);

2) джерела власних коштів (отримані від навчальних виробництв, наукових розробок, госпдоговірних робіт, підприємницької діяльності);

3) залучені кошти (фінансові надходження від замовників, спонсорів, партнерів).

Гарантовані джерела фінансових надходжень передусім призначені для формування інноваційних потенціалів самих закладів освіти, тобто формування сучасної науково-матеріальної і науково-експериментальної бази ВНЗ. Дві інші групи можна використовувати для розвитку професіоналізму кадрового потенціалу, вдосконалення технологій і якості навчання, генерації і відтворення нововведень.

Гарантованість бюджетних асигнувань передусім забезпечується на законодавчому рівні. У зв'язку з цим очевидна необхідність у залученні фінансово-економічних механізмів, що реалізують пріоритетне ресурсне забезпечення сфери освіти відповідно до усіх чинних законодавчо-нормативних актів і спрямовувати в освіту щонайменше 10 % ВВП. При цьому необхідно підняти соціальний статус працівників освіти і здійснити державну підтримку інноваційної складової освітньої діяльності [8].

Водночас можливо принципово не збільшуючи фінансові потоки і ресурсне забезпечення освіти, змінити державні стандарти, що гарантують якість освітніх програм у бік зменшення їх праце- і матеріаломісткості (скорочення навчальних годин і обов'язкових дисциплін), з одного боку — за рахунок введення інноваційних технологій навчання,

з іншого — за рахунок підключення інноваційного потенціалу викладачів і студентів. Таким чином, з одного боку реально знизити вартість навчання в умовах “недостатності” бюджетних коштів, з іншого — забезпечити сприятливий інвестиційний клімат у сфері освіти. У цих цілях пропонується створити умови для ринкового функціонування закладів освіти з чіткими і зрозумілими правами і обов'язками у сфері інвестування, функціонування і розвитку освітньої діяльності [7].

Проте на практиці відбувається автоматичне перенесення ринкових відносин в освітню сферу з метою скорочення державних асигнувань в освіту, але не за рахунок покриття витрат на освітні послуги роботодавця, а за рахунок безпосередніх споживачів — населення. При цьому ігнорується той факт, що потенційні можливості населення як інвестора освіти обмежені рівнем його платоспроможності.

Перехід на режим інвестування інноваційної складової освітньої діяльності припускає:

а) раціоналізацію структури витрат на освітні інновації;

б) удосконалення методик розрахунків потреби в ресурсному забезпеченні нововведень і визначення обсягів їх фінансування. Це вимагає не стільки дотримання традиційних підходів до визначення рівня ресурсного забезпечення, скільки оптимізації їх використання за напрямками освітньої діяльності, оцінки достатності економічної підтримки і контролю механізму співфінансування.

Прибічники трансформації вітчизняної системи вищої школи вважають, що зазначений перехід зумовлений передусім необхідністю підготовки інноваційного прориву у вітчизняній економіці й означає, що ті, які вчитимуться чотири роки, повинні не більше знати, а по-іншому вміти. Через це необхідна організація незалежної системи контролю і оцінки якості освіти. Вона має бути органічно вбудована в міжнародну систему оцінки якості вищої освіти, що забезпечить можливість обміну освітніми програмами, підвищить академічну і студентську мобільність. Водночас формування такої системи може призвести до посилення принципових

процедур контролю за якістю, закриття багатьох неякісних освітніх програм і навіть ВНЗ.

Зазначені проблеми пов'язані з переосмисленням ролі держави в організації й управлінні професійною освітою і децентралізацією управління в умовах швидкого розвитку ринку праці, викликаного стрімким розвитком технологій, потребою в нових уміннях і кваліфікаціях і необхідністю підтримки конкурентоспроможності як економіки загалом, так і окремих галузей і підприємств.

Отже, ефективність співфінансування освітніх новацій неможлива без відповідного механізму стимулювання процесів спільного інвестування, що враховуватиме особливості розвитку національної економіки і трансформації економік провідних країн світу в новий тип соціально-орієнтованої економіки.



Література

1. Проект “Концепція розвитку освіти України на період 2015–2025 років” / Міністерство освіти і науки України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [http://www.mon.gov.ua/ua/messages/39066-mon-pro-](http://www.mon.gov.ua/ua/messages/39066-mon-pro-ponue-na-gromadske-obgovorennya-proekt-kontseptsiyi-rozvitku-osviti-ukrayini-na-period-20152025-rokiv)

[ponue-na-gromadske-obgovorennya-proekt-kontseptsiyi-rozvitku-osviti-ukrayini-na-period-20152025-rokiv](http://www.mon.gov.ua/ua/messages/39066-mon-pro-ponue-na-gromadske-obgovorennya-proekt-kontseptsiyi-rozvitku-osviti-ukrayini-na-period-20152025-rokiv)

2. Сафонова В. Є. Вища освіта — ресурс формування інноваційної економіки: Монографія / В. Є. Сафонова. — К.: ТОВ “Аграр Медія Груп”, 2012. — 336 с.

3. Михеев В. А. Основы социального партнерства: теория и политика: Учеб. для вузов / В. А. Михеев. — М.: Экзамен, 2001. — 448 с.

4. Людський розвиток в Україні: соціальні та демографічні чинники модернізації національної економіки: [кол. монографія] / [Е. М. Лібанова, О. В. Макарова, І. О. Курило та ін.]; за ред. Е. М. Лібанової. — К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М. В. Птухи НАН України, 2012. — 320 с.

5. Карагод В. С. Теория и методология международной системы корпоративной отчетности в рамках концепции устойчивого развития / В. С. Карагод. — М.: РУДН, 2004. — 260 с.

6. Сабуров Е. Ф. Образование и инвестиции / Е. Ф. Сабуров // Экономика образования. — 2006. — № 1. — С. 15–21.

7. Green Paper. Living and Working in the Information Society: People First / European Commission. — Belgium, 1996. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://ec.europa.eu/employment_social/knowledge_society/green_en.pdf

8. Официальные документы в образовании: информационный бюллетень. // Частное образование. — 2003. — № 14. — С. 23.

Враховуючи наслідки хронічного недофінансування освіти, пріоритетним напрямом співфінансування повинні стати підтримка і стимулювання інноваційного потенціалу вищої професійної освіти. Підвищення ефективності співфінансування освітньої діяльності неможливе без розвитку інституту соціального партнерства.

Учитывая последствия хронического недофинансирования образования, приоритетным направлением софинансирования должны стать поддержка и стимулирование инновационного потенциала высшего профессионального образования. Повышение эффективности образовательной деятельности невозможно без развития института социального партнерства.

Considering the effects of chronic underfunding of education, the priority direction of co-financing must be the support and promotion of innovative potential of higher professional education. Improving the efficiency of co-financing educational activity is impossible without the development of social partnership institution.

Надійшла 23 грудня 2014 р.

Л. Л. ВАРЕНИЧЕНКО

О. Л. ФЕЩЕНКО

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

ЗАСТОСУВАННЯ МОДЕЛІ ПЛАТІЖНОГО БАЛАНСУ ДЛЯ СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ І ПРОГНОЗУВАННЯ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 151–157

Платіжний баланс є важливим інструментом макроекономічного статистичного аналізу й прогнозування. Результати дослідження диспропорцій, які можуть з'являтися в платіжному балансі, дають змогу встановити та оцінити чинники їх виникнення, а також коригувати стан платіжного балансу при його прогнозуванні на короткострокову та середньострокову перспективу через впровадження державних регулюючих заходів.

Невід'ємною складовою економічного обороту країни з відкритою економікою є операції з товарами, послугами, доходами та фінансові операції з господарюючими суб'єктами інших країн світу. Систематизація всіх економічних операцій за конкретний період між резидентами певної країни і рештою світу знаходить своє відображення в платіжному балансі країни.

За визначенням МВФ платіжний баланс — це статистичний звіт за певний період, який відображає: а) операції з товарами, послугами й доходами, здійснені між будь-якою країною з країнами світу; б) зміну власності та інші зміни в монетарному золоті та спеціальних правах запозичення, які належать країні, а також фінансових вимог та зобов'язань щодо решти світу; в) однібічні перекази й компенсуючі записи, які необхідні для балансування тих операцій та змін, що взаємно не перекриваються [4].

На наш погляд, таке визначення дещо обмежене та не розкриває значення платіжного балансу як інструменту макроекономічного статистичного аналізу й прогнозування. Дійсно, платіжний баланс фіксує стан платежів і надходжень країни. Але він може відображати також і операції з іноземними активами між інституційними секторами національної

економіки в тому випадку, якщо в платіжному балансі виділяються операції секторів національної економіки з нерезидентами. Доречно звернути увагу й на те, що платіжний баланс відображає не індивідуальні, а агреговані продуктові, дохідні й фінансові операції.

З початку свого існування платіжний баланс сформувався саме як інструмент статистичного та інформаційного обліку. В епоху меркантилізму складання платіжного балансу було необхідним у зв'язку з розширенням експорту, стримуванням імпорту та накопиченням золотого запасу, особливо для країн, які не мали власних родовищ золота.

Нині платіжний баланс всебічно вивчається економістами як джерело важливої статистичної інформації для дослідження розвитку економіки на макrorівні та особливостей участі країни в міжнародному обміні товарами, послугами і капіталами. Адже його показники відображають розвиток зовнішньої торгівлі товарами та послугами, яка безпосередньо впливає на валютний курс, рівень виробництва, зайнятості та споживання. На основі платіжного балансу можна визначити форми залучення іноземних інвестицій та здійснення інвестицій за кордон, своєчасність погашення зовнішньої заборго-

ваності країни, її прострочення та реструктуризації [1].

На основі платіжного балансу можна дослідити процес зміни центральним банком рівня своїх міжнародних резервів з метою усунення платіжних дисбалансів.

Платіжний баланс може також активно використовуватися для прогнозування результатів впровадження заходів фінансової та монетарної політики, протекціоністських заходів, заходів щодо регулювання внутрішнього валютного ринку та валютного курсу, оскільки систематизує узагальнені дані про зовнішньоекономічні операції певної країни з іншими країнами світу, об'єднує зв'язки всіх секторів і економічних одиниць з зовнішнім світом та показує співвідношення між сумою надходжень, одержаних країною з-за кордону, і сумою здійснених нею платежів за кордоном за певний період (рік, квартал, місяць). Окремі показники платіжного балансу використовуються також для прогнозування показників в СНР і особливо ВВП та ВНД.

Методологічні основи розробки платіжного балансу як статистичного звіту за його класичною формою зосереджені в офіційних публікаціях МВФ [4]. У цій публікації розглянемо результати дослідження диспропорцій, які можуть з'являтися у платіжному балансі, чинники їх виникнення, а також пропозиції щодо можливого коригування стану платіжного балансу при його прогнозуванні на перспективу.

Оскільки прогнозні оцінки платіжного балансу на перспективу відіграють значну роль у формуванні макроекономічної політики держави, то при їх виконанні необхідно враховувати ряд загальних положень:

- прогноз показників платіжного балансу має виходити з умов економічного розвитку країни;
- зміна попиту та пропозиції на товари українського експорту та імпорту не впливає на світові ціни через відносно невелику, у міжнародних масштабах, економіку країни.

При розрахунках показників платіжного балансу на перспективу необхідно дотримуватись основної тотожності, згідно з якою сума операцій за поточними рахунками по-

винна завжди дорівнювати сумі всіх операцій з фінансування. Якщо в результаті розрахунків виникає дефіцит по рахунку поточних операцій, який не можливо покрити за рахунок передбачуваного притоку капіталу або зниження резервів, то це буде означати наявність дефіциту фінансування. Щоб уникнути такого результату, необхідно переглянути показники рахунку поточних операцій, або ж вишукати додаткові джерела фінансування [2].

У першому випадку зміни у прогнозних розрахунках, спрямовані на усунення дефіциту фінансування, будуть залежати від заходів державної політики (зниження валютного курсу або підвищення жорсткості податково-бюджетної та грошово-кредитної політики. У другому випадку, коли політика не змінюється, необхідно передбачати додаткове фінансування, основними формами якого можуть бути:

- додаткові позики від кредиторів;
- зменшення резервів;
- перегляд термінів покриття зобов'язань з обслуговування боргу;
- збільшення заборгованості за зовнішніми платежами;
- укладення ринкових угод щодо скорочення платежів за боргами та виплати в рахунок їх обслуговування;
- добровільне анулювання боргу кредитором.

Розрахунки платіжного балансу на перспективу є ітеративним процесом, тобто, для того щоб врахувати зміни в загальній макроекономічній ситуації, необхідно здійснювати кілька переглядів попереднього варіанта його прогнозу. При цьому доцільно визначити чутливість основних показників платіжного балансу (сальдо рахунку поточних операцій, рівень валових міжнародних резервів) до зміни екзогенних показників (наприклад, світового попиту, товарних цін, процентних ставок), до змін політики валютного курсу, фінансової та податкової, грошово-кредитної і структурної політики, а також до змін у припущеннях щодо динамічних взаємозв'язків (наприклад, еластичності попиту і пропозиції на експорт та імпорт за доходом та ціною).

Розрахунки платіжного балансу на короткострокову перспективу в цілому залежать від великої кількості факторів. Найважливішими з них слід вважати розвиток міжнародної економіки і особливо економіки країн, які є основними партнерами цієї країни щодо торгівлі товарами та послугами і руху капіталу. Тому на першому етапі прогнозування визначається динаміка світових цін на основні товари експорту та імпорту на період розробки програми, реальні зміни ВВП основних країн-партнерів, індекси їх імпортичних та експортних цін, а також передбачення динаміки світових процентних ставок на перспективу [3].

У процесі прогнозування платіжного балансу на короткострокову перспективу необхідно враховувати стійкість рахунку поточних операцій за наявності дефіциту. Можливість залучення притоку капіталу для фінансування дефіциту рахунку поточних операцій, не викликаючи проблеми з обслуговуванням боргу, залежить від ефективності використання позикових коштів і висновків кредиторів про платоспроможність країни. На стійкість також можуть впливати рівень процентних ставок за новими позиками та зміна рівня ризику щодо надання кредитів (за оцінкою кредитора).

В умовах розвитку ринкових відносин в економіці України, коли відбуваються значні зміни у структурі виробництва і торгівлі, гострою проблемою у процесі перспективних розрахунків платіжного балансу є недостатність доступної та достовірної вхідної інформації, що ускладнює можливість виявити стійкі зв'язки між різними статтями рахунків поточних операцій і руху капіталу.

Джерелом інформації для прогнозу тенденцій розвитку світової економіки (зростання ринку експорту, експортні та імпортильні ціни, процентні ставки на світовому ринку і т. д.) можуть бути "Перспективи розвитку світової економіки", які видаються Міжнародним валютним фондом два рази на рік [4].

У структурі стандартного платіжного балансу можна виділити три основні частини:

- рахунок поточних операцій, який показує міжнародний рух реальних матеріальних

цінностей та дає можливість оцінити прибутковість руху товарів, послуг, капіталів і грошових переказів;

- рахунок операцій з капіталом і фінансових операцій, який відображає джерела фінансування руху реальних матеріальних цінностей;

- балансує статті, які відображають операції органів державного регулювання щодо коригування сальдо платіжного балансу, в тому числі рух міжнародних валютних резервів, зміну обсягу короткострокових активів, державні позики та кредити міжнародних фінансових організацій.

З точки зору нашого дослідження особливе значення надається прогнозуванню показників рахунку руху капіталу та фінансових операцій, яке здійснюється за структурними компонентами, а саме: прямі та портфельні інвестиції, інший короткостроковий середньостроковий та довгостроковий капітал.

При прогнозуванні показників рахунку руху капіталу слід розрізняти рух, який збільшує валовий зовнішній борг і рух, що не спричиняє подібних наслідків (прямі інвестиції, нагромадження іноземних активів). Необхідно також вирізняти середньо-, довгострокову та короткострокову заборгованість, оскільки ці види заборгованості характеризуються різними графіками платежів з погашення заборгованості на майбутні роки. Доцільно також вирізняти рух капіталу, пов'язаного з офіційним боргом, від приватного руху капіталу.

На суму прямих інвестицій впливають умови їх вкладення. Сприятливий інвестиційний клімат і політика, спрямована на досягнення макроекономічної стабільності, сприяють зростанню розміру прямих інвестицій і навпаки.

Прогнозний обсяг прямих інвестицій може визначатися шляхом екстраполяції тенденцій минулих років з урахуванням впливу факторів, які можуть викликати зростання або скорочення притоку капіталу. До основних факторів, які стимулюють зростання притоку прямих інвестицій належать: закріплення політичної та макроекономічної стабільності, удосконалення правової бази, від-

криття нових джерел ресурсів, сприятливе оподаткування тощо.

Прогнозування руху портфельних інвестицій здійснюється виходячи з планів розміщення державних і приватних облігацій та інших позикових засобів.

Напрями руху капіталу значною мірою залежать від співвідношення реальних процентних ставок всередині країни та за кордоном. Але не завжди зростання різниці у процентних ставках позитивно впливає на економіку, для якої складається баланс та може бути стимулюючим фактором для залучення портфельних інвестицій, оскільки підвищення процентних ставок порівняно зі світовими, може давати іноземному інвестору лише ризикований прибуток.

На рух портфельних інвестицій, які залежать від коливання процентної ставки, впливає введення плаваючого валютного курсу, бо інвестори будуть очікувати його зміни [5].

Усі обсяги міжнародних інвестицій, які не ввійшли до складу прямих і портфельних, відображаються у прогнозі платіжного балансу за статтею “інші інвестиції”. Основними видами інших інвестицій можуть бути комерційні кредити, позики, депозити до запитання, ощадні, термінові та інші депозити.

Особливі ускладнення має процес прогнозування руху приватних капіталів, оскільки доступ до інформації про надання міжнародних банківських кредитів обмежений і його умови змінюються під впливом ситуації на міжнародних ринках капіталів. При цьому слід враховувати, що на кредитоздатність можуть впливати очікувані показники платіжного балансу та очікування майбутніх напрямів макроекономічної політики.

Прогнозні розрахунки суми довгострокових кредитів, крім економічних факторів, повинні відображати також вплив політичної та соціальної ситуації в країні, яка враховується кредитором при оцінці можливого ризику щодо надання кредиту.

У тих випадках, коли рух капіталу вільний від контролю й існує можливість заміщення між іноземними і внутрішніми цінними паперами, різниця номінальних процентних ставок, скоригованих на очікувані зміни ва-

лютного курсу, є важливим фактором, який стимулює рух грошових коштів на ринки з самою високою продуктивністю.

На рух короткострокового капіталу особливо впливають очікувані зміни валютного курсу та ринкової кон'юнктури. Процес прогнозування ринку капіталу ускладнюється тим, що спекулятивний відтік грошових коштів не фіксується в офіційній статистиці.

Сума за статтею “Помилки та упущення” в основному показує неврахований відтік грошових коштів і встановлюється експертно.

У фінансовому рахунку платіжного балансу враховується також отримання готівкової національної валюти нерезидентами і готівкової іноземної валюти резидентами, а також відкриття ними рахунків відповідно в національній та іноземній валютах.

Прогнозування іншого довго- і середньострокового капіталу може здійснюватися, виходячи з планів уряду про надання та одержання міждержавних позик, а також на основі графіка сплати процентів за позиками минулих років [3].

Короткостроковий капітал — це, в більшості випадків, торгові кредити, які надаються на 1–3 роки. Зважаючи на це, прогнозування руху короткострокового капіталу доцільно здійснювати, виходячи з прогнозу обсягів експорту та імпорту.

При прогнозуванні рахунку руху капіталу слід мати на увазі, що всі позики та кредити, які отримує уряд і приватні юридичні й фізичні особи, належать до потоків, що утворюють зовнішній борг.

Прямі та портфельні інвестиції, а також рух іноземних активів комерційних банків — це потоки капіталу, що не впливають на зовнішню заборгованість. Чисті потоки, які утворюють зовнішню заборгованість (отримання кредитів за мінусом виплат боргу) необхідно додавати до суми сукупного зовнішнього боргу країни.

Зазвичай, під групою розглянутих вище статей фінансового рахунку платіжного балансу проводиться умовна межа. Решта статей, які знаходяться “за межею”, є статтями, що фінансують платіжний баланс. До них належать офіційні резервні активи, до складу

яких можуть входити валові іноземні активи Національного Банку України та ліквідні валютні резерви Уряду, які можуть використовуватися для здійснення зовнішніх платежів.

Для прогнозування показників статей, за рахунок яких здійснюється фінансування платіжного балансу, важливо оцінити резерви як Уряду, так і Національного Банку України. В огляді грошової сфери враховуються лише іноземні активи НБУ. Інформація про валютні резерви Уряду, зазвичай, конфіденційна.

Прогноз резервів НБУ здійснюється на основі прогнозу кожної із складових, а саме монетарного золота, спеціальних прав запозичення, резервної позиції в МВФ, іноземної валюти, яка може знаходитись у вигляді готівкової валюти або депозитів в НБУ або комерційних банках та іноземних цінних паперів — акцій, облігацій, інструментів грошового ринку, фінансових деривативів [1].

Стаття “монетарне золото”, у зв’язку з втратою нині золотом своїх монетарних функцій та постійним коливанням цін на золото, не має значного впливу на розмір резервів.

Розподіл спеціальних прав запозичення здійснюється МВФ пропорційно до квоти кожної країни. Зважаючи на те, що спеціальні права запозичення складають всього 3 відсотки міжнародних резервів, їх величину в короткостроковій перспективі можна прийняти постійною.

Прогнозування резервної позиції в МВФ може ґрунтуватися на інформації про рішення МВФ щодо надання країні кредитів. Розмір кредиту може розраховуватись як відсоток від квоти країни в МВФ і залежить від типу кредиту, що надається.

Прогнозування валютних резервів, як головної складової резервних активів, може ґрунтуватися на оцінці сальдо платіжного балансу.

З певною мірою умовності можна вважати, що сальдо платіжного балансу дорівнює нулю в тому випадку, коли баланс поточних операцій дорівнює балансу руху капіталу. У випадку, коли позитивне сальдо балансу поточних операцій перевищує від’ємне сальдо

капітальних рахунків, то баланс зводиться з позитивним сальдо (позитивний) баланс; за умови протилежної ситуації — баланс має від’ємне сальдо.

Якщо сальдо платіжного балансу від’ємне, то валютні резерви скорочуватимуться, якщо позитивне — будуть зростати. Теоретично від’ємне сальдо платіжного балансу повинно фінансуватися за рахунок скорочення резервів. Та оскільки розмір фактичних резервів і їх зміни з року в рік не співпадають за величиною з від’ємним сальдо платіжного балансу, яке вони повинні фінансувати, то різниця між від’ємним сальдо платіжного балансу та розміром фактичних резервів зараховуються на статтю “чисті пропуски та помилки”.

Прогнозування валютних резервів пов’язане з необхідністю врахування логічних припущень та експертних оцінок. Так, якщо сальдо платіжного балансу залишається протягом кількох років від’ємним, то логічно припустити, що Уряд використовуватиме наявні резерви для покриття цього сальдо.

Оскільки резерви Уряду використовуються переважно на платежі, пов’язані з боргами та імпортом, можна визначити, на який період цих резервів вистачить, шляхом розрахунку співвідношення загальної суми офіційних резервів до обсягу імпорту товарів та нефакторних послуг. З рахунку послуг і трансфертів балансу поточних операцій віднімаються всі платежі, пов’язані з факторами виробництва, а саме платежі процентів за боргами та приватні трансферти. Далі, шляхом ділення загальної суми офіційних резервів на суму імпорту товарів та нефакторних послуг, визначається розмір офіційних резервів в кількості місяців імпорту товарів та нефакторних послуг. Якщо загальна сума резервів складає чотири і більше місяців імпорту товарів та нефакторних послуг, стан економіки країни вважається нормальним навіть за умов від’ємного сальдо платіжного балансу. Зменшення вказаного співвідношення свідчить про майбутні проблеми зі сплатою зовнішніх зобов’язань країни [5].

Наявність позитивного або від’ємного сальдо свідчить про певні диспропорції платіжного балансу. Чинники таких диспропор-

цій умовно можна розділити на чотири групи: зміна цін; структурні диспропорції; зміна рівня доходу; автономний рух значних мас капіталу.

Практика країн ринкової економіки показує важливість правильної оцінки чинників виникнення дефіциту платіжного балансу. Помилки щодо визначення таких чинників, а відповідно й проведення заходів щодо стабілізації платіжного балансу можуть негативно вплинути на фінансову ситуацію в країні та викликати торговельно-політичні ускладнення.

Як зазначалося вище, значну роль у формуванні макроекономічної політики держави відіграє прогноз платіжного балансу на середньострокову перспективу.

При розрахунках показників на середньострокову перспективу слід мати на увазі, що зменшення пропозиції грошей навіть на кілька відсотків викличе зміну цін на всі товари та послуги (включаючи й імпорتنі) в той час як реальна зарплата, рівень безробіття та обсяг виробництва залишаться без змін.

Якщо у короткостроковому періоді підвищення процентних ставок за кредитами в поєднанні з жорсткими умовами кредитування може привести до покращання стану платіжного балансу, то в середньостроковій перспективі зменшення процентних ставок призведе до зменшення притоку капіталу. Зокрема в подальшому, у зв'язку з необхідністю сплати спочатку більш високих процентів, а потім і самих боргів слід очікувати погіршення платіжного балансу [3].

Покращання стану платіжного балансу в середньостроковій перспективі може викликати грошова емісія на внутрішньому ринку. Збільшення грошової емісії безпосередньо впливає на стан платіжного балансу. Якщо НБУ розширює кредитування національних комерційних банків за рахунок виділення додаткових коштів, то комерційні банки розширюють свої операції щодо позик для збільшення доходу. Розширення позик автоматично викличе зниження процентної ставки за кредитами. Додаткові витрати отриманих суб'єктами господарювання у банках кредит-

них коштів спричинять зростання цін і, відповідно, збільшення обсягу імпорту. Також зростання обсягу кредитування стимулює власників грошових коштів до більш прибуткового вкладання капіталу і, насамперед, за кордоном. Відбуватиметься відплив капіталу за кордон з метою отримання більш високих відсотків. Це все негативно впливатиме на стан платіжного балансу в короткостроковому періоді, а протягом середньострокового та довгострокового періоду можливий позитивний ефект — повернення грошових позик з відсотками.

У процесі прогнозування платіжного балансу на середньострокову перспективу необхідно враховувати стійкість рахунку поточних операцій за наявності дефіциту. Можливість залучення притоку капіталу для фінансування дефіциту рахунку поточних операцій, не викликаючи проблеми з обслуговуванням боргу, залежить від ефективності використання позикових коштів і висновків кредиторів про платоспроможність країни. На стійкість можуть впливати рівень процентних ставок за новими позиками та зміна рівня ризику щодо надання кредитів (за оцінкою кредитора) [2].

Оскільки платіжний баланс є лише окремим сегментом макроекономічної системи, при розрахунках його показників на прогнозний період необхідно перевіряти їх узгодженість з показниками національних рахунків, показниками Зведеного балансу фінансових ресурсів та грошово-кредитної сфери.

Таким чином, за результатами статистичного аналізу платіжного балансу країни за ретроспективний період можна встановити диспропорції, які можуть з'являтися в ньому, оцінити чинники, що призвели до виникнення таких диспропорцій, визначити заходи щодо можливого усунення чинників та коригування стану платіжного балансу при його прогнозуванні на перспективу. Шляхом застосування моделі прогнозного платіжного балансу можна дослідити різні варіанти усунення дефіциту його фінансування (якщо такий має місце) за рахунок заходів державної політики та основних форм додаткового фінансування.



Література

1. Липпе П. Экономическая статистика / П. Липпе. — Штутгарт: Изд-во Федерального статистического управления Германии, 1995. — 629 с.
2. Национальное счетоводство / Под ред. Б. И. Башкатова. — М.: Финансы и статистика, 2005. — 608 с.
3. Прогнозування і розробка програм: Метод. посіб. / В. Ф. Беседін та ін.; за ред. В. Ф. Беседіна. — К.: Наук. світ, 2000. — 468 с.
4. Balance of Payments Statistics Yearbook. — Part 1. — Washington: IMF, 1990. — P. XVI.

Статистичний аналіз результатів платіжного балансу країни за ретроспективний період дає можливість встановити диспропорції, які можуть з'являтися в ньому, оцінити чинники, що призводять до виникнення таких диспропорцій, визначити заходи щодо можливого усунення чинників та коригування стану платіжного балансу при його прогнозуванні на перспективу. Шляхом застосування моделі прогнозного платіжного балансу можна дослідити різні варіанти усунення дефіциту його фінансування за рахунок заходів державної політики та основних форм додаткового фінансування.

Статистический анализ результатов платежного баланса страны за ретроспективный период позволяет установить диспропорции, которые могут появляться в нем, оценить факторы, которые приводят к возникновению таких диспропорций, определить меры по возможному устранению факторов и корректировке состояния платежного баланса при его прогнозировании на перспективу. Путем применения модели прогнозного платежного баланса можно исследовать различные варианты устранения дефицита его финансирования за счет мер государственной политики и основных форм дополнительного финансирования.

Statistical analysis of results of the balance of payments of the country for the retrospective period allows you to set imbalances that may appear therein, to evaluate the factors that lead to the emergence of such imbalances and to determine measures for the elimination of possible factors and correction of balance of payments at its prediction on prospect. You can explore the various options through the use of predictive model of payments for elimination of the deficit of its funding at the expense of government policy measures and basic forms of additional funding.

Надійшла 27 лютого 2014 р.

В. Б. ЗАХОЖАЙ**О. В. КОРЕЦЬКА***Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ*

МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ІННОВАЦІЙНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 158–165

Розглянуто методику розрахунку інтегрального показника інноваційної спрямованості підприємств. Критично проаналізовано існуючі підходи щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Сучасні економічні умови характеризуються загостренням конкуренції, в якій важливим фактором успіху стає ступінь інноваційної активності підприємств, залучених в боротьбу за споживача. У зв'язку з цим особливу важливість набувають питання з'ясування можливостей, реалізація яких дозволила б забезпечувати виробництво інновацій і, відповідно, конкурентоспроможність продукції в ринковому середовищі.

Оскільки конкурентні переваги на ринку не можливі без запровадження у діяльність підприємства інноваційних розробок та продуктів, особливо актуальним постає питання забезпечення його інноваційного розвитку, який передбачає безперервний пошук і використання нових способів реалізації потенціалу підприємства в умовах динамічного зовнішнього середовища.

Оснoву інноваційного розвитку формує процес розробки та реалізації новинок (інноваційний процес) та наявність у підприємства відповідного ресурсного забезпечення такого процесу та можливостей його впровадження (інноваційний потенціал) [1].

Оскільки поняття конкурентоспроможності підприємства є багатограним і складним (для оцінки необхідно дослідити кілька факторів (критеріїв)), тому основною тенденцією наукових досліджень є розробка багатокритеріальних (багатокритеріальних) моде-

лей різної природи, з певними інтегральними показниками конкурентоспроможності підприємств та їх продукції, переважно зі стохастичною детермінованою структурою.

Існує велика кількість розроблених моделей, в яких обґрунтовуються ті чи інші показники (фактори), що використовуються для розрахунку інтегрального показника. Теоретично можуть існувати понад 1000 моделей оцінки конкурентоспроможності підприємства.

Застосовуючи аналітичні моделі оцінки конкурентоспроможності майже неможливо уникнути суб'єктивізму експертів. При використанні цільової групи може виникнути помилка вибірки, суб'єктивне сприйняття цільовою групою торговельних марок, завдяки сформованій короткотерміновій лояльності під впливом різних мотиваторів. Отже, для підвищення об'єктивності моделі слід застосовувати емпіричні дані.

Застосовуючи емпіричні натуральні показники для оцінки конкурентоспроможності, можна зіштовхнутися з їх нерівномірністю — різні величини та одиниці виміру, що потребує введення додаткових вагових коефіцієнтів, які будуть сформовані завдяки аналітичним експертним методам. І хоча в кількісних моделях теж присутня частка суб'єктивної оцінки, але вона не настільки критична і менше залежна від суб'єктів оцінки.

Таким чином, кількісні багатофакторні моделі є більш об'єктивними для оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств, оскільки вони є більш формалізованими та зручними для порівняння та аналізу динаміки показників.

По-перше, використання в моделях категоріально неоднорідних критеріїв конкурентоспроможності (фінансових, виробничих, ринкових, управлінських тощо) ускладнює процес визначення вагових коефіцієнтів при розрахунку інтегрального показника, збільшує в ньому зміст експертної суб'єктивності. Більш об'єктивною може бути оцінка певної ключової ланки підприємства, своєрідного джерела його конкурентоспроможності. Такий підхід робить непотрібним узгодження в єдиному інтегральному показнику неоднорідних критеріїв, на формування яких впливають зовсім різні, за своєю природою, чинники ринкового середовища.

По-друге, з точки зору спрямованості причинно-наслідкового зв'язку можна виокремити дві головні категорії величин, пов'язаних з конкурентоспроможністю підприємства: внутрішні фактори та зовнішні вияви конкурентоспроможності.

Зовнішні вияви конкурентоспроможності підприємства — це основні показники фінансово-господарської діяльності підприємства, співвідношення значень яких із значеннями аналогічних показників інших підприємств дає змогу оцінити ступінь конкурентоспроможності досліджуваного підприємства. Внутрішні фактори конкурентоспроможності підприємства — це характеристики різних внутрішніх аспектів діяльності підприємства, що здійснюють прямий або опосередкований вплив на зовнішні вияви конкурентоспроможності підприємства.

Зовнішні вияви конкурентоспроможності, через оцінку показників фінансово-господарської діяльності, визначають лише поточне становище підприємства. Водночас, довгострокова стійка конкурентоспроможність підприємства формується його внутрішнім потенціалом — виробничим, інноваційним, фінансовим тощо. На формування потенціалу промислового підприємства (осо-

бливо машинобудівного) впливає стан його інноваційної спрямованості. Саме інноваційна спрямованість підприємства визначає його внутрішній технологічний потенціал, який у сукупності із взаємозв'язками і технологіями взаємодії з зовнішнім середовищем формує конкурентний технологічний потенціал промислового підприємства, що в кінцевому результаті забезпечує конкурентоспроможність та стійкий розвиток.

Надати об'єктивної оцінки конкурентоспроможності промислового підприємства можна лише на основі аналізу внутрішніх факторів формування внутрішнього технологічного потенціалу шляхом дослідження інноваційної спрямованості підприємства.

Динаміка розвитку підприємства залежить від його здатності створювати сприятливі умови для виникнення, розповсюдження та використання інновацій, активізації наукової та інноваційної діяльності.

Доцільно звернутися до змісту поняття "інноваційна спрямованість". Часто науковці в цьому розумінні вживають назву "інноваційна активність", однак у нашому дослідженні використаємо поняття "інноваційна спрямованість". Більшість дослідників отожднюють поняття інноваційної спрямованості з інноваційною діяльністю, однак вони мають дещо різні значення, оскільки діяльність — це знання, праця, сукупність дій, тоді як активність передбачає "діяльна участь, діяльний стан" [2]. Інноваційна спрямованість розглядається як ступінь інтенсивності та своєчасності здійснення економічними суб'єктами певних дій, спрямованих на інноваційний розвиток. У ході подальшого дослідження під інноваційною спрямованістю будемо розуміти комплексну характеристику інноваційної діяльності підприємства, яка складається зі здатності до мобілізації наявного потенціалу та включає ступінь інтенсивності та енергійності дій з розробки, впровадження і розповсюдження інновацій. Інноваційна спрямованість підприємства є основою для визначення конкурентоспроможності та визначальним параметром для розробки інноваційної стратегії розвитку підприємства. Відповідно, методика її оцінки

має дати можливість використання результатів при виборі на реалізацію стратегії підприємства.

В основу визначення стану інноваційної спрямованості підприємства покладені показники, які характеризують його інноваційний потенціал.

Окреслимо основні вимоги, які мають враховуватися при формуванні системи показників з оцінки рівня інноваційної спрямованості. По-перше, система показників має враховувати галузеві особливості протікання інноваційних процесів (наукомісткість технологічних процесів), характеристика виробничої системи (рівень трудомісткості виробництва), тип виробництва (масовий, крупносерійний, дрібносерійні, одиничний), стадію розвитку організації (зростання, зрілість, спад). По-друге, в системі мають бути показники, які відображатимуть наявність і якість основних стратегічно важливих для підприємства ресурсів, задіяних в інноваційній діяльності підприємства, тобто відображати стан відтворювальної складової інноваційного потенціалу. По-третє, в системі мають бути показники, які прямо або опосередковано вказують на результативність використання наявних ресурсів підприємства, які задіяні в інноваційній діяльності, тобто відображати стан виробничої складової інноваційного потенціалу.

Найчастіше інноваційний потенціал характеризують за допомогою такої групи показників [3]:

- показники кадрів, які задіяні в інноваційній діяльності: кількість і кваліфікація фахівців, кількість і якість підготовки спеціалістів;

- матеріально технічні показники: витрати на наукові, науково-технічні дослідження, дослідно-конструкторські роботи, комерціалізацію інновацій, прогресивність виробничої бази;

- інформаційні показники: кількість і якість інформаційних фондів, які використовуються в інноваційній діяльності, можливості і якість розповсюдження інформації, задоволення спеціалістів інформацією;

- результуючі показники інноваційної діяльності, які характеризують її доцільність.

Як основний кількісний параметр інноваційного потенціалу на практиці розглядається величина грошових коштів, витрачених на здійснення інноваційної діяльності. Однак самі по собі витрати на нововведення ще не свідчать про величину інноваційного потенціалу, оскільки можна витратити значні кошти, але отримувати незначні результати.

Виокремлено три основні групи показників (чинників), які відображають рівень інноваційної спрямованості підприємства (рис. 1).

Відповідно до зазначених чинників має бути сформована система показників, які адекватно їх відображатимуть та будуть відповідати принципам наукової обґрунтованості, об'єктивності, доступності вхідних даних, простоти розрахунків, конкретності й

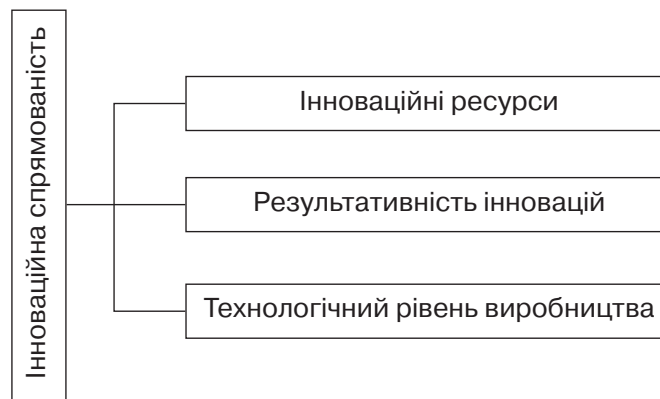


Рис. 1. Чинники інноваційної спрямованості

однозначності отриманих результатів, логічного зв'язку показників з інноваційним процесом та покращанням конкурентоспроможності.

При формуванні системи показників інноваційного потенціалу доцільно врахувати загальновідомі позиції. Результативність інноваційної діяльності можна оцінити за допомогою патентної статистики для підприємств, які займаються дослідженнями і розробками, або за наявністю впроваджених в діяльність нових технологічних процесів. Кількість виданих патентів та нових технологій відображає технологічний динамізм. Найчастіше використовується показник співвідношення кількості патентів до ВДВ (або витрат на НДДКР), або відношення кількості впроваджених у виробництво нових технологічних процесів до витрат на інновації.

Інноваційний розвиток можна вимірювати питомою вагою інноваційної продукції в загальному обсязі продажів на внутрішньому ринку та часткою інноваційної продукції в експорті.

Активність у високотехнологічних галузях можна оцінити показником зайнятості у середньо- та високотехнологічних секторах, який вважається індикатором спроможності до технологічного оновлення та інновацій, здатності до продуктивних та технологічних інновацій. Адже для виробництва нового продукту, що перебуває на стадії впровадження, необхідні трудові ресурси високої кваліфікації. Після впровадження і продукту він переходить у масове виробництво, до широкого визначення залучаються менш кваліфіковані працівники.

Інформація про інновації та інноваційну діяльність може бути отримана непрямим шляхом. Країнам, які будують "економіку знань", притаманне швидке зростання обсягів та питомої ваги середньо- та високотехнологічної продукції. Ці показники широко застосовуються для оцінки інвестиційної привабливості об'єктів інвестування.

Оскільки технологічне оновлення є однією з найважливіших складових інноваційної економіки, потрібно афективно його оцінювати. В сучасному світі утверджується тенден-

ція до випереджаючого зростання галузей, які виробляють наукоємну або високотехнологічну продукцію. Адже низький рівень наукоємності є трудомістким, матеріаловитратним, що погіршує позиції підприємства і галузі в цілому у конкурентній боротьбі [4].

Активність оновлення основного капіталу є функцією не лише інтенсивності їх ліквідаційного вибуття, але й інших параметрів відтворення. Тому одним її свідчень інтенсифікації нагромадження основного капіталу є відносно високе співвідношення коефіцієнтів ліквідації та введення (коефіцієнт інтенсивності оновлення). Така пропорція показує, яка частка нововведеної капітальної вартості спрямовується на заміщення спрацьованих і ліквідованих об'єктів.

Важливим питанням для дослідників інноваційного потенціалу є ознайомлення і обрання правильного підходу для проведення дослідження. На сьогодні в Україні не існує відпрацьованих методик його оцінки. Підходи науковців до цього питання різняться залежно від розуміння сутності інноваційного потенціалу, а також цілей кожного конкретного дослідження.

Для визначення рівня інноваційної спрямованості об'єктів дослідження можна скористатися такими загальновідомими підходами, як описово-творчий та рейтинговий.

Описово-творчий підхід полягає в описі абсолютних показників, структури та динаміки показників розвитку підприємства, регіонів, галузей. Експерт, керуючись власними міркуваннями, обирає найбільш значущі показники та формує на їх основі висновки щодо інноваційної спрямованості на підприємстві, в регіоні, галузі. Такий аналіз ґрунтується на дослідженні соціально-економічного розвитку підприємств, груп підприємств, регіонів.

Рейтинговий підхід полягає в аналізі різних аспектів розвитку підприємств, регіонів, галузей, формуванні на їх основі *аналітичних показників*, подальшій консолідації їх у *синтетичні показники* за групами та формуванні *інтегрального показника*. За розрахованим інтегральним показником визначають рейтинг підприємства, регіону, галузі з-поміж низки

аналізованих підприємств, регіонів, галузей країни.

Інтегральна оцінка інноваційної спрямованості – показник, в якому відтворюються значення інших показників, скоригованих відповідно до їх вагомості та інших чинників, що дає змогу поєднати в одному показнику багато різних за назвою, одиницями виміру, вагомістю та іншими характеристиками чинників. Це спрощує процедуру оцінки інноваційної спрямованості конкретного об'єкта, а інколи є єдиним можливим варіантом її проведення і надання об'єктивних остаточних висновків.

Визначення рейтингу інноваційної спрямованості підприємств, регіонів, галузей передбачає послідовне виконання таких етапів (рис. 2):

Етап 1. Формування вихідних даних (системи аналітичних показників).

Використовуючи офіційну статистичну інформацію, збираються дані і формується система (групи) аналітичних показників інноваційної спрямованості підприємства, регіонів, галузей за рік або необхідна для дослідження кількість повних років, яка є основою для усіх подальших розрахунків.

Етап 2. Стандартизація (нормування) аналітичних показників.

Для приведення значної кількості різноякісних та різновимірних показників соці-

ально-економічного розвитку підприємства, регіонів, галузей, які використовуються в розрахунках, у зівставний вигляд їх потрібно *нормувати*. Тобто здійснити перехід від абсолютних значень до нормованих, що характеризують ступінь наближення до оптимального значення. А також забезпечити інформаційну односпрямованість нормованих показників, виокремлюючи показники *стимулятори* (чим вище значення вхідного показника, тим вища якість інтегрального) та *дестимулятори* (чим вище значення вхідного показника, тим нижча якість інтегрального).

Розрахунок нормованих значень здійснюють за формулою [5]:

$$n_{ijk} = \frac{T_{ijk} - T_{ij(\min)}}{T_{ij(\max)} - T_{ij(\min)}} \quad (\text{для стимуляторів}) \quad (1)$$

та

$$n_{ijk} = \frac{T_{ijk(\max)} - T_{ijk}}{T_{ij(\max)} - T_{ij(\min)}} \quad (\text{для дестимуляторів}), \quad (2)$$

де n_{ijk} – нормоване значення j -го показника i -ї групи для k -го підприємства, регіону (галузі) ($k = 1 \dots l$); T_{ijk} – значення j -го показника i -ї групи для k -го підприємства, регіону (галузі); $T_{ij(\max)}$ – $T_{ij(\min)}$ – відповідно мінімальне і максимальне значення j -го показника i -ї групи серед порівнюваних підприємств (регіонів, галузей).

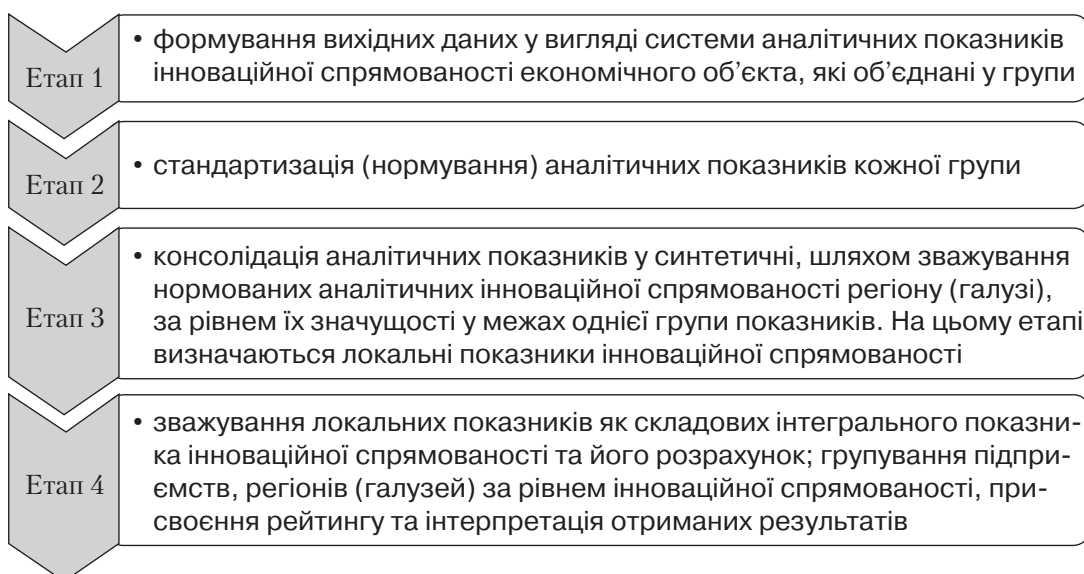


Рис. 2. Етапи визначення інноваційної спрямованості підприємств, регіонів, галузей

Нормування у статистичній обробці даних застосовується для того, щоб усі значення ознак потрапляли у зручні для порівняння діапазони. Зазвичай, це інтервал [0; 1].

Етап 3. Консолідація аналітичних показників у синтетичні і визначення локальних показників.

Процес консолідації (агрегації) інформації рекомендується реалізовувати таким чином: визначають ваги показників по виділених об'єктах; розраховують проміжні інтегральні індикатори; формують єдину інтегральну оцінку.

Отже, на основі розрахованих на попередньому етапі нормованих значень аналітичних показників визначають синтетичні, або як їх називають **локальні показники** інвестиційної привабливості регіонів (галузей) за i -ю групою показників (S_{ik}) [6]:

$$S_{ik} = \sum_{j=1}^m n_{ijk} \cdot \alpha_{ij}, \quad (3)$$

де m – кількість показників, що характеризують інвестиційну привабливість регіону (галузі) i -ї групи; α_{ij} – ваговий коефіцієнт j -го показника i -ї групи; k – кількість регіонів (галузей), ($k = 1 \dots l$).

З метою кращого розуміння і сприйняття даної методики, позначення та алгоритм розрахунку зазначених показників наведено в табл. 1.

Для встановлення вагових коефіцієнтів α_{ij} показників у межах однієї групи доцільно застосувати експертний метод оцінювання [7]. У нашому дослідженні буде використано метод бального оцінювання об'єкта експертизи. Вагові коефіцієнти встановлюються на основі балів, які виставляються експертами і відображають суб'єктивну думку експерта щодо впливовості, цінності та важливості показника. Бали вибираються зі спеціальної оцінювальної числової шкали. Один з найвідповідальніших етапів – формування експертної групи. Від її чисельності та професійного складу залежить точність та обґрунтованість експертного висновку.

Розрахунки оформлюють у вигляді таблиці, макет якої наведено у табл. 2. Кожен експерт у відповідному стовпчику табл. 2 (значення, присвоєні експертами, x_{ij}) наво-

дить бал (натуральні числа від 1 до N , ($N = 1 \dots, m$), який у порядку зменшення пріоритетності та важливості присвоює кожному з аналітичних показників відповідної групи. Бал 1 надається мінімальній оцінці, а ранг N – максимальній.

Наприклад, в нашому випадку (табл. 2) це будуть числа від 1 до 3-х для аналітичних показників усіх трьох груп. Значущість аналітичного показника визначається відношенням суми оцінок за j -им показником до загальної суми оцінок за усіма показниками:

$$\alpha_{ij} = \frac{\sum_{j=1}^m x_{ij}}{\sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^m x_{ij}}. \quad (4)$$

Причому, сума вагових коефіцієнтів аналітичних показників у межах відповідної групи має дорівнювати одиниці ($\sum_{j=1}^m \alpha_{ij} = 1$).

Етап 4. Розрахунок інтегрального показника і присвоєння рейтингу.

На основі локальних показників інноваційної спрямованості розраховують **інтегральну інноваційну спрямованість** k -го підприємства регіону (галузі) ($k_{iii(k)}$) (табл. 1) за формулою [8]:

$$k_{iii(k)} = \sum_{i=1}^q S_{ik} \cdot \lambda_i, \quad (5)$$

де q – кількість груп показників; λ_i – вплив (значущість) i -ї групи показників на інтегральну інноваційну спрямованість підприємств, регіону (галузі).

З метою побудови рейтингу і групування підприємств за рівнем інноваційної спрямованості отримані інтегральні індекси інноваційної спрямованості підприємств ранжують. Для цього використовують метод аналітичного групування, за допомогою якого здійснюють наступні кроки:

1. Визначають кількість груп (n) за формулою Стерджеса [9]:

$$n = 1 + 3,322 \lg N, \quad (6)$$

де N – кількість одиниць усієї сукупності.

2. Знаходять величину інтервалу підгруп за формулою:

$$i = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n}, \quad (7)$$

Таблиця 1

| Групи показників (I) | Аналітичні показники (j) (необхідно нормувати) T_{ij} — вхідні значення / n_j — нормовані значення | | Синтетичні (локальні) показники (S_k) $S_{ik} = \sum_{j=1}^m n_{ijk} \cdot \alpha_{ij}$, α_{ij} — ваговий коефіцієнт j-го (нормованого) показника | Інтегральний показник $k_{iii(k)} = \sum_{i=1}^q S_{ik} \cdot \lambda_i$, λ_i — вплив (значущість) i-ї групи показників; q — кількість груп показників |
|--|---|-----------------|---|--|
| | 1 $m = 3$ | 1.1 | T_{11}/n_{11} | $n_{11} \cdot \alpha_{11}$ |
| 1.2 | | T_{12}/n_{12} | $n_{12} \cdot \alpha_{12}$ | |
| 1.3 | | T_{13}/n_{13} | $n_{13} \cdot \alpha_{13}$ | |
| $S_{1k} = n_{11} \cdot \alpha_{11} + n_{12} \cdot \alpha_{12} + n_{13} \cdot \alpha_{13}$ | | | | $S_{1k} \cdot \lambda_1$ |
| 2 $m = 4$ | 1 | T_{21}/n_{21} | $n_{21} \cdot \alpha_{21}$ | $S_{2k} \cdot \lambda_2$ |
| | 2 | T_{22}/n_{22} | $n_{22} \cdot \alpha_{22}$ | |
| | 3 | T_{23}/n_{23} | $n_{23} \cdot \alpha_{23}$ | |
| | 4 | T_{24}/n_{24} | $n_{24} \cdot \alpha_{24}$ | |
| $S_{2k} = n_{21} \cdot \alpha_{21} + n_{22} \cdot \alpha_{22} + n_{23} \cdot \alpha_{23} + n_{24} \cdot \alpha_{24}$ | | | | $S_{2k} \cdot \lambda_2$ |
| ... | ... | ... | ... | ... |
| | | | | $S_{nk} \cdot \lambda_n$ |
| $k_{iii(k)} = S_{1k} \cdot \lambda_1 + S_{2k} \cdot \lambda_2 + S_{nk} \cdot \lambda_n$ | | | | |

Таблиця 2

| Показник | Значення, присвоєні експертами, x_{ij} | | | | Сума оцінок, присвоєних експертами | Загальна сума балів | Результуюче значення коефіцієнта, α_{ij} |
|-------------------|--|---------------|-----|---------------|------------------------------------|---|---|
| | Експерт 1 | Експерт 2 | ... | Експерт n | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Ранг (1–3) | | | | | | | |
| 1.1 | $x_{11}(E_1)$ | $x_{11}(E_2)$ | ... | $x_{11}(E_n)$ | $\sum x_{11}$ | $\sum x_{11} + \sum x_{12} + \sum x_{13} = Sum$ | $x_{11}(E_1) + x_{11}(E_2) + \dots + x_{11}(E_n) / Sum$ |
| | 1 | 1 | ... | 3 | 5 | | $5/18 = 0,2778 = \alpha_{11}$ |
| 1.2 | $x_{12}(E_1)$ | $x_{12}(E_2)$ | ... | $x_{12}(E_n)$ | $\sum x_{12}$ | | $x_{12}(E_1) + x_{12}(E_2) + \dots + x_{12}(E_n) / Sum$ |
| | 3 | 2 | ... | 2 | 7 | $7/18 = 0,3889 = \alpha_{12}$ | |
| 1.3 | $x_{13}(E_1)$ | $x_{13}(E_2)$ | ... | $x_{13}(E_n)$ | $\sum x_{13}$ | $x_{13}(E_1) + x_{13}(E_2) + \dots + x_{13}(E_n) / Sum$ | |
| | 2 | 3 | ... | 1 | 6 | $6/18 = 0,3333 = \alpha_{13}$ | |
| 1 | | | | | | | |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|-------------------|---------------|---------------|-----|---------------|-----------------|---|---|
| Ранг (1–2) | | | | | | | |
| 2.1 | $x_{21}(E_1)$ | $x_{21}(E_2)$ | ... | $x_{21}(E_n)$ | Σx_{21} | $\Sigma x_{21} + \Sigma x_{22} =$ <i>Sum</i> | $x_{21}(E_1) + x_{21}(E_2) + \dots$ $\dots + x_{21}(E_n) / \text{Sum}$ |
| | 2 | 1 | ... | 1 | 4 | | 4/9 = 0,444 = α_{21} |
| 2.2 | $x_{22}(E_1)$ | $x_{22}(E_2)$ | ... | $x_{22}(E_n)$ | Σx_{22} | 4 + 5 = 9 | $x_{22}(E_1) + x_{22}(E_2) + \dots$ $\dots + x_{22}(E_n) / \text{Sum}$ |
| | 1 | 2 | ... | 2 | 5 | | 5/9 = 0,5556 = α_{22} |
| 2 | | | | | | | |
| ... | | | | | | | |
| n | | | | | | | |

де X_{\max} – максимальне значення інтегрального індексу; X_{\min} – мінімальне значення інтегрального індексу; n – кількість груп.

3. Складають таблицю з представленими результатами групування.

Для адекватної характеристики інноваційного потенціалу необхідно застосовувати сукупність (групу) індикаторів, що в необхідній мірі відображають кількісні характеристики (масштаби) залучених ресурсів, одночасно даючи оцінку якійсь стороні, тобто ефективності використання ресурсів. Метод інтегральної оцінки передбачає застосування обраних індикаторів як складових синтетичного, узагальненого інтегрального показника. Інтегральний показник дає змогу співставити інноваційний потенціал, що сприяє їх належній інтерпретації, в певному економічному контексті.



Література

1. Мороз О. С. Інноваційний розвиток підприємства: сутність та проблема визначення складових частин / О. С. Мороз // Наукові записки. Серія “Економіка”. – 2012. – Вип. 20. – С. 148–150.

2. Трилицкая О. Ю. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Вести Волгоград. гос. ун-та. Серия 3 “Экономика”. – 2013. – Вып. 1 (22). – С. 155–161.

3. Баженов Г. Е. Инновационный потенциал предприятия: экономический аспект / Г. Е. Баженов, О. А. Кислицына // Вести Волгоград. гос. ун-та. Серия 3 “Экономика”. – 2013. – Вып. 1 (22). – С. 155–161.

4. Мех О. А. Научеёмность фармацевтической продукции как конкурентная перевага виробника / О. А. Мех // Наука та наукознавство. – 2008. – № 1. – С. 58–66.

5. Звіт про науково-дослідну роботу Науково-дослідного економічного інституту Міністерства економічного розвитку і торгівлі України “Розроблення методичних рекомендацій щодо здійснення рейтингової оцінки інвестиційної привабливості галузей національної економіки”. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ndeі.me.gov.ua>

6. Костюкевич Р. М. Інвестиційний менеджмент: Навч. посіб. / Р. М. Костюкевич. – Рівне: НУВГП, 2011. – 270 с.

7. Бешелев С. Д. Математико-статистические методы экспертных оценок / С. Д. Бешелев, Ф. Г. Гурвич. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: Статистика, 1980. – 263 с.

8. Костюкевич Р. М. Інвестиційний менеджмент: Навч. посіб. – Рівне: НУВГП, 2011. – 270 с.

9. Доценко О. С. Практикум з загальної теорії статистики: Навч. посіб. / О. С. Доценко. – Севастополь: Вид-во СевНТУ, 2010. – 204 с.

Обгрунтовано ефективність використання деяких багатofакторних моделей для оцінки конкурентоспроможності підприємств.

Обосновано ефективність использования многофакторных моделей для оценки конкурентоспособности предприятий.

The efficiency of the using of multifactor models for estimation the competitiveness is proved.

Надійшла 5 лютого 2015 р.

СПЕЦИФІКА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 166–170

Розглянуто специфіку управління національними підприємствами в умовах глобалізації. Підкреслюється, що сучасна теоретична думка розглядає мікро- і макрорівні інтеграційних процесів, відповідно утворення і розвиток багатонаціональних та транснаціональних корпорацій, а також регіональних інтеграційних об'єднань країн. Ці процеси сприяють посиленню централізму, формуванню глобального менеджменту.

Специфікою сучасного етапу розвитку світової економіки є посилення процесів міжнародного поділу праці на мікрорівні у формі утворення міжнародних багатонаціональних і транснаціональних корпорацій (БНК і ТНК), і на макрорівні у формі утворення регіональних інтеграційних об'єднань країн. Згідно з існуючими визначеннями різниця між БНК і ТНК полягає в тому, що у перших з них головна компанія утворюється за рахунок капіталів двох і більше країн, а в других — однієї країни. Менеджмент обох форм міжнародної економічної діяльності характеризується централізованою організацією управління при наданні широкої господарської самостійності підрозділам, дочірнім підприємствам і філіям, що можуть знаходитися у різних країнах світу.

Більшість міжнародних корпорацій належить до транснаціональних, тому скорочено їх визначають аббревіатурою ТНК.

У зв'язку з посиленням ролі ТНК цілком логічно виникає проблема співіснування і взаємодії на території країни базування й приймаючих країн національних підприємств, які функціонують в умовах ринкової взаємодії зі своїми контрагентами, і підприємств, що є частиною ТНК і функціонують в умовах централізованого управління з боку своїх головних материнських компаній. Ви-

рішення цієї проблеми впливає як на розвиток економіки країн, де функціонують ТНК, так і на стан самої ТНК і світової економіки в цілому.

Водночас міжнародна інтеграція відбувається на макрорівні у формі утворення регіональних об'єднань країн і породжує проблему злиття і об'єднання підприємств цих країн у єдині великі підприємства, що тісно пов'язане з етапами розвитку цих регіональних об'єднань, а також з розвитком в них ТНК.

Проблема розвитку і ролі ТНК і регіональних об'єднань країн досліджується у працях зарубіжних і вітчизняних науковців: П. Баклі, Р. Вернон, Дж. Гелбрейт, Дж. Даннінг, П. Кругман, О. Курицький, М. Кесон, Ю. Нікітінська, Х. Перлмутер, М. Портер, А. Ругман, Ф. Рут, Ю. Шишков, О. Білорус, О. Рогач, В. Рокоча, Д. Лук'яненко, В. Плотніков, В. Новицький, А. Філіпенко, О. Шнирков та ін.

Узагальнюючи аналіз їхніх основних праць, можна констатувати, що в них глибоко й всебічно досліджуються процеси транснаціоналізації та регіоналізації світової економіки. Проте не всі питання достатньо висвітлені. Зокрема, практично не розробленими є питання взаємодії транснаціоналізації та регіоналізації, їх зв'язок з проблемою глобального управління [1, 213].

Проаналізуємо вплив глобалізації на управління національними підприємствами, взаємодії транснаціоналізації та регіоналізації з формуванням системи глобального управління.

Загальноновизнаним є факт тісного зв'язку між такими важливими особливостями сучасного розвитку світової економіки, як глобалізація, збільшення кількості і посилення ролі міжнародних корпорацій. Існування такого взаємозв'язку має беззаперечний характер, тому що ці процеси у своїй основі мають інтернаціоналізацію виробництва, що є закономірним наслідком дії закону міжнародного поділу праці. Сучасні міжнародні корпорації — це гігантські промислово-фінансові об'єднання, побудовані за принципом централізованого управління й інтернаціональні за сферою своєї діяльності. Вони беруть активну участь у процесах світової торгівлі, інвестування капіталу, обміну технологіями, виробничого і науково-технічного співробітництва, міграції робочої сили і тим самим посилюють процес інтернаціоналізації світу, активно використовують об'єктивні тенденції міжнародного поділу праці і сприяють встановленню нових схем у всесвітньому поділі праці [2, 18]. Саме ТНК і є тим основним фактором, що прискорює глобалізацію світового господарства. Це зазначає фундатор Київського Міжнародного інституту менеджменту професор Б. Гаврилишин: “Головними рушіями глобалізації є великі міжнародні фінансові, промислові і торговельні підприємства. Сполучені Штати Америки, Японія і кілька західноєвропейських країн, в яких базуються такі підприємства, стали саме завдяки їм ключовими акторами на світовій економічній арені” [3, 3]. Саме тому однією з найважливіших характеристик розвитку глобалізаційних процесів є динаміка зростання кількості ТНК та збільшення питомої ваги основних показників, що їх характеризують, щодо відповідних світових показників: валового національного продукту, обсягів промислового виробництва, товарообігу, експорту, прямих іноземних інвестицій тощо.

Станом на 2012 р. у світі налічувалося близько 82 тис. транснаціональних корпо-

рацій, а їх оборот перевищував 30 трлн дол. [4; 5]. ТНК контролюють більше як 50 % світового промислового виробництва, 67 % міжнародної торгівлі, більше ніж 80 % патентів і ліцензій на нову техніку й ноу-хау, майже 90 % прямих зарубіжних інвестицій [6, 44]. Основними країнами походження міжнародних корпорацій є США, Європейський Союз і Японія. В останній час збільшується кількість ТНК, утворених Китаєм, Індією, Бразилією, Росією та іншими країнами. З цього можна зробити висновок, що набуття країною статусу країни базування ТНК надає їй певних як геоекономічних, так і геополітичних переваг.

Разом з тим у літературі зазначається, що тенденція зростання ТНК супроводжується ускладненням їх відносин з національними державами [7, 164]. Такі ускладнення можуть набувати навіть і характер суперечностей як з країною базування, так і з приймаючими країнами. Це пояснюється тим, що підприємницькі структури національних економік можуть як брати участь у формуванні і функціонуванні ТНК, так і не брати такої участі. У другому випадку національні підприємства стають конкурентами ТНК. Тобто цілком логічно зазначити, що в умовах розвитку ТНК перед підприємствами національної економіки можуть постати дві альтернативи: або у тій чи іншій формі приєднатися до діяльності відповідної ТНК, вступивши тим самим у співробітництво з нею, або конкурувати з нею.

З точки зору власності ТНК може мати за межами материнської (головної) компанії три види підприємств: 1) зарубіжне підприємство, в якому ТНК (головній компанії) належить менше 50 % активів підприємства; 2) дочірня фірма, в якій понад 50 % активів належать ТНК; 3) зарубіжний філіал із 100 % активів ТНК. Виходячи з такого розмаїття трьох видів частин ТНК, логічно допускати можливість існування певних специфічних рис менеджменту у цих частинах ТНК.

Спільним для усіх ТНК є централізована організація всієї управлінської діяльності при наданні широкої господарської самостійності зарубіжним підприємствам, дочірнім

фірмам і філіям. Тому **специфічні риси менеджменту** виявлятимуться у цих частинах ТНК саме **ступенем їх господарської самостійності**. Але **принцип централізованого управління у масштабі всієї корпорації залишається непорушним**.

Національні підприємства країн, як базування, так і прийняття, функціонують в різних умовах залежно від державного устрою і цивілізаційної належності цих країн, у більшості з яких відсутня централізована організація управління національною економікою, яка спостерігається у ТНК. *Тому централізований менеджмент ТНК одержує різні для себе можливості в країнах базування й прийняття, чим він і користується шляхом впровадження трансфертного ціноутворення і специфічної системи управління фінансами і використовуючи найкращим для себе чином наявні фактори виробництва і системи логістики і маркетингу.*

Дослідники ТНК відзначають, що ці корпорації не стільки працюють на внутрішній ринок, скільки на світові ринки, забезпечують високоефективне планування виробництва, товарного ринку, динамічну політику в галузі капіталовкладень та науково-дослідних робіт у національному, континентальному і міжнародному масштабах для усіх підрозділів (філій) материнської корпорації як єдиного цілого.

Головною метою ТНК є забезпечення виробництва товарів і послуг для світового ринку з мінімально можливими витратами для одержання максимального прибутку. Ця мета досягається двома шляхами: 1) наближенням до споживачів виробництва товарів та послуг; 2) зменшенням обкладання податками, що досягається за допомогою місцевого уряду. Ці шляхи пов'язані з використанням прямих закордонних інвестицій. Тому *важливою специфікою менеджменту ТНК є використання прямих закордонних інвестицій*, яке дає можливість створювати оптимальну географічну конфігурацію ТНК, сприяє їх *стратегічному розвитку*.

У тактичному плані специфіка менеджменту ТНК виявляється у застосуванні *трансфертних цін*, використання яких дає

змогу підрозділам ТНК, що функціонують у різних країнах, вміло використовувати національні законодавства з метою зменшення сплати податків шляхом перекачування відповідних ресурсів з однієї галузі в іншу, з однієї країни-реципієнта в іншу чи до штабквартири ТНК.

Заходячи у будь-яку приймаючу країну, ТНК цілком закономірно вступають у певні економічні відносини з національними суб'єктами економічної діяльності (корпораціями). Якщо ці відносини формуються як конкурентні, то принаймні два фактори, економічна потужність і наявність централізованого планування і управління в ТНК, утворюють значні для них конкурентні переваги. Результатом дії цих переваг стає повне або часткове витіснення національного виробника з тієї частини ринку, на яку входить ТНК, або його поглинання ТНК. Конкретним важелем такого витіснення з внутрішнього ринку національного товаровиробника стає застосування в ТНК трансфертного ціноутворення, яке може стимулювати посилення цінової конкурентоспроможності ТНК і одночасно зменшувати суму податкових надходжень до бюджету країни-реципієнта від її діяльності.

Важливою особливістю менеджменту ТНК є велика увага, що приділяється технологічному розвитку виробництва, реалізації продукції та її післяпродажного обслуговування. Тому можна стверджувати, що заходження ТНК в країну сприяє підняттю рівня технологій і культури виробництва і споживання її населенням сучасних товарів і послуг.

Разом з тим слід відмітити, що зазначені особливості менеджменту ТНК можуть надавати країнам як базування, так і прийому (реципієнтам) як певні переваги і стабільність економічного розвитку, так і вести до втрат і певної дестабілізації. Це цілком логічно випливає з того, що *мета функціонування ТНК, одержання максимального прибутку за всіх непередбачених умов світового розвитку, може вводити у суперечність з інтересами країн, на території яких функціонує ТНК.*

Подолати цю суперечність, а точніше — її розв'язати, можна шляхом інтеграції кра-

їн, на території яких функціонує ТНК, тобто шляхом утворення регіонального об'єднання з **централізованою організацією всієї управлінської діяльності** як наступницею і результатом розвитку системи управління ТНК у процесі її перетворення в регіональне об'єднання країн базування і країн-реципієнтів.

Отже, розвиток ТНК цілком об'єктивно має сприяти формуванню на базі країн її функціонування регіонального об'єднання з централізованою системою управління при наданні широкої господарської самостійності своїм складовим — країнам-реципієнтам.

Але при такому фактично недослідженому [1, 211–213] доповненні процесу транснаціоналізації на мікрорівні процесом регіоналізації на макрорівні виникає суперечність: ТНК успішно розвиваються саме за рахунок використання належності їх складових до різних країн з різними умовами правового регулювання економічних процесів, що й дає їм можливість використовувати переваги міжнародного поділу праці за допомогою як трансфертних цін, так і специфіки фінансування і оподаткування виробництва і споживання в різних країнах. Об'єднання цих країн сприятиме уніфікації правового регулювання економічних процесів і тим самим позбавленню тих переваг ТНК, які сприяють їх конкурентним перевагам на національних, регіональних і світових ринках.

Слід додати, що на території країн може існувати певна кількість ТНК, і якщо їх розвиток буде супроводжуватися об'єднанням країн походження і країн-реципієнтів, то цілком закономірно може привести до утворення єдиного планетарного господарства. Саме тому в науковій літературі утворення і розвиток ТНК цілком обґрунтовано розглядається як закономірний етап побудови єдиного планетарного господарства.

Та якщо побудову єдиного планетарного господарства розглядати як закономірний процес трансформації ТНК, то логічним слід вважати, що **основним принципом управління, єдиним планетарним господарством стане принцип централізованого управління**

у масштабі всієї планети, тобто у глобальному, світовому масштабі.

Висновок цілком логічний, і якщо дотримуватися висловленої багатьма дослідниками гіпотези про можливість трансформації системи ТНК в єдине планетарне господарство, то у ньому буде діяти, як і у попередніх ТНК, єдине централізоване управління з різним ступенем господарської самостійності окремих складових, які умовно можна буде визначити поняттям “країна”. Так само умовно можна буде називати й інституцію, що займатиме найвищий щабель у ієрархії управління, “світовим урядом”.

Умовність таких назв логічно обґрунтовується таким чином. За своїм визначенням ТНК функціонують у конкурентній боротьбі з національними підприємствами, які не увійшли до їх складу. І якщо, згідно з викладеною схемою, відбудеться трансформація ТНК у регіональні об'єднання країн базування і країн-реципієнтів і на їх основі утворення єдиного планетарного господарства, то окремо його складовою мають стати ті у недалекому минулому національні підприємства, які залишилися поза ТНК. Але у процесі регіональної інтеграції ці національні підприємства шляхом злиття й приєднання набудуть статусу глобальних підприємств, які також управлятимуться “світовим урядом”.

Цілком закономірно виникає питання, чи не призведе це до повної монополізації економічних відносин і зникнення механізму конкуренції, який вважається основою розвитку економічної системи? Відповідь на це запитання виходить за межі чисто економічного дослідження. Але викладене дає можливість цілком логічно стверджувати, що утворення ТНК та їх успішний розвиток передбачає існування національних (країнних) економік, а утворення регіональних (країнних) об'єднань зменшує поле можливостей утворення й розвитку ТНК. Тобто регіоналізація обмежує транснаціоналізацію за своїм визначенням.

Одночасно з цим можна стверджувати, що з позицій економічної практики централізовано організоване функціонування ТНК доводить свою більшу економічну ефективність

порівняно з ринково організованим функціонуванням національних підприємств.

Отже, можна стверджувати, що за умов розвитку ТНК будь-яка країна в основу організації економічного життя має покласти принцип державного централізму, згідно з яким завжди мати важелі, спроможні коригувати негативні впливи ринкового регулювання функціонування національних підприємств і зокрема не допускати використання ТНК як засобу встановлення у світі нееквівалентного, схожого з колоніальним режимом міжнародного співробітництва.



Література

1. Детермінанти мікро- і макрорегулювання в національній економічній системі за умов глобалізації. Ч. 2: Монографія / За ред. З. О. Адаманової. — Сім-

ферополь: КРП “Вид-во “Кримнавчпеддержвидав”, 2014. — 344 с.

2. Шагурин С. В. Экономика транснационального предприятия / С. В. Шагурин, П. Д. Шимко. — СПб.: СПб ГПУ, 2008. — 335 с.

3. Соколенко С. І. Глобалізація і економіка України / С. І. Соколенко. — К.: Логос, 1999. — 568 с.

4. Трифонова І. В. Роль транснациональных корпораций в глобализации мировой экономики / И. В. Трифонова // Молодой ученый. — 2013. — № 9. — С. 243–245.

5. World Investment Report, 2011. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://unctad.org/en/docs/wir2011_embargoed_en.pdf

6. Денисова Е. Ю. Глобальные тенденции развития международного транснационального бизнеса / Е. Ю. Денисова // Вісн. Одеського нац. ун-ту. Економіка. — Т. 19. — Вип. 1. — Одеса, 2014. — С. 43–46.

7. Семененко Т. М. Транснаціональні корпорації в конкурентному бізнес-середовищі / Т. М. Семененко // Формування ринкових відносин в Україні: Зб. наук. праць. Вип. 5 (158); наук. ред. І. Г. Манцуров. — К., 2014. — С. 162–166.

В умовах глобалізації в основу організації економічного життя країн має покладатися принцип державного централізму для запобігання використання ТНК як засобу встановлення нееквівалентного режиму міжнародного співробітництва.

В условиях глобализации в основу организации экономической жизни стран должен быть положен принцип государственного централизма для предупреждения возможности использования ТНК в качестве средства установления неэквивалентного характера международного сотрудничества.

In the conditions of globalization the main organizational principle of the economical life of countries should be centralism in order to prevent the TNC from using nonequivalent international cooperation.

Надійшла 9 грудня 2014 р.

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 171–175

Розглянуто основні аспекти впливу соціально-економічної ситуації в Україні на економіку в цілому та розвиток готельної справи.

Реалії українського сьогодення описуються складними соціальними, економіко-екологічними і політичними чинниками, котрі послаблюють і виснажують населення та бізнесові структури, а отже, і економіку в цілому. Зазначені проблеми впливають на провідний результуючий напрям розгортання загальноєвропейських процесів, які створюють політико-економічну загрозу і потребують спільних зусиль для узгодження та стабілізації ситуації. Одним із ефективних шляхів в цьому напрямі є свідоме і методичне використання дипломатичних комунікацій, формування спільної моделі дій з провідними країнами світу.

Нині інфраструктура країни майже зруйнована і тримається лише на патріотичних настроях населення, якими вдало маніпулює влада. Проте в умовах кризи доцільним є не пошук причин, а адаптація до наслідків. Серед позитивного слід зазначити чітке усвідомлення усіма суб'єктами макросистеми майбутнього напрямку розгортання вектора соціально-економічного розвитку країни, що має національний самобутній характер. Тобто потенціал до розвитку існує. Отже, в перспективі переоцінка цінностей в українському суспільстві після завершення конфлікту матиме позитивний результат в плані підвищення вимог до якості життя, що є ефектом сприйняття європейських моделей у веденні бізнесу та стилю життя населення. Світ автоматизується і скорочуються витрати часу на здійснення виробничо-комерційних

процесів, зростає вільний час, що потребує відповідної організації. До цієї сфери належить туризм та його матеріально-технічна основа — готельне господарство. Тому, на нашу думку, криза є тимчасовою, яку потрібно перетерпіти, і пошук антикризових методів управління дохідністю готелів сьогодні є актуальним завданням теорії і практики сучасної економіки.

Істотний внесок у розвиток ідей формування економічної безпеки зробили такі вчені: О. І. Барановський [1], М. І. Зубок [2], І. П. Отенко [3] та ін. Проте, незважаючи на велику кількість робіт, існує потреба визначення сучасного стану та проблем забезпечення безпеки бізнесу, зокрема дохідних галузей.

Питаннями функціонування та аналізу діяльності готелів займаються такі науковці, як М. П. Мальська [4], Г. Я. Круль [5], О. М. Головка [6]. Але в умовах ескалації кризи, що переживає Україна сьогодні, вимоги до результатів досліджень посилюються. Першочерговим завданням готельних підприємств виступає збереження бізнесу, утримання оптимальних його показників ефективності.

Вивчимо напрями перспективного розвитку готельних підприємств у кризовому політичному і соціально-економічному просторі.

Попередні дослідження показують, що протягом останнього року підприємства готельного господарства отримали негативні результати: завантаження впало до критичного мінімуму — 28 %, а в центрі Києва, де по-

казник раніше сягав 50 %, — сьогодні лише на рівні 20 % [7].

У цих умовах фахівці закликають дотримуватися стратегії спокою та стабільності. Тому варто детально дослідити економічне середовище та обґрунтованість таких пропозицій.

Зовнішнє середовище господарювання характеризується системним набором макроекономічних (рівень ВВП, безробіття, інфляції, економічний цикл), мікроекономічних (тип конкурентного ринку, його особливості) та внутрішніх (якість менеджменту, маркетингова політика тощо) факторів впливу.

Щодо макроекономічної ситуації, то можна спостерігати поглиблення кризи. Так, за даними Держкомстату, ВВП за другий квартал 2014 р. порівняно з аналогічним періодом 2013 р. знизився на 2,1 %; а за третій — падіння склало уже 5,1 % [8]. Офіційна статистика показує інфляцію за останні 9 місяців на рівні 16,2 %, а на кінець року очікування фахівців прогнозують 30–35 % [8]. На загальному тлі падіння обсягів виробництва та зростання цін можна говорити про рецесію — довготривалу кризу, що загострюється політичними поразками на сході України та Криму.

За останніми оприлюдненими даними Державної служби статистики України, рівень безробіття зріс на 1 % у I півріччі 2014 р. до 8,6 % економічно активного населення [10]. Зростання незначне і здебільшого пов'язане з міграційними процесами з окупованих тери-

торій. Проте значно перевищує природний рівень — 6 % [9].

Таким чином, макроекономічні показники негативні і не демонструють оптимізму в майбутньому поліпшенні. Тому готельним підприємствам варто оптимізувати витрати і впроваджувати антикризові механізми адаптації до змін зовнішнього середовища: жорсткий менеджмент та гнучка цінова політика.

Проаналізуємо мікроекономічні умови, зважаючи на особливості сфери готельного бізнесу. Якщо говорити про кількість підприємств готельного господарства, то в цілому по Україні вона зросла (див. табл.).

За показниками таблиці кількість підприємств готельного типу знизилась на 0,56 % в 2012 р. та зросла на 13,96 % на початок 2014 р., що пов'язано з розбудовою туристичної інфраструктури до чемпіонату з футболу Євро-2012 в Києві, Донецьку, Львові та Харкові. Прогнозовані показники динаміки кількості підприємств готельного господарства та плановий показник наданих ліжок-дів на кінець 2014 р. мають негативне значення, пов'язане насамперед з втратою об'єктів через анексію Криму та знищення багатьох закладів на сході України під час військових дій.

Загалом нестабільна політична ситуація в країні впливає на формування негативних тенденцій на в'їзний туристичний потік. Держава не спроможна гарантувати їм безпеку.

Таблиця

Колективні засоби розміщення в Україні 2011 – початок 2014 р. [7]

| Рік | Кількість засобів розміщення | | | Кількість місць, тис. од. | | | Кількість обслужованих, тис. чол. | | |
|-------------|------------------------------|---|--------------------------------------|---------------------------|---|--------------------------------------|-----------------------------------|---|--------------------------------------|
| | Разом | у тому числі: | | Разом | у тому числі: | | Разом | у том числі: | |
| | | в готелях та аналогічних засобах розміщення | у спеціалізованих засобах розміщення | | в готелях та аналогічних засобах розміщення | у спеціалізованих засобах розміщення | | в готелях та аналогічних засобах розміщення | у спеціалізованих засобах розміщення |
| 2011 | 5882 | 3162 | 2720 | 567,3 | 154,2 | 413,1 | 7426,9 | 4656,8 | 2770,1 |
| 2012 | 6041 | 3144 | 2897 | 583,4 | 162,8 | 420,6 | 7887,4 | 4983,9 | 2903,5 |
| 2014 | 6412 | 3583 | 2829 | 586,6 | 179,1 | 407,5 | 8303,2 | 5467,9 | 2835,3 |

Падіння попиту на послуги готелів, розташованих у ділових центрах України, пояснюється, переважно, порушенням економічних зв'язків з Росією. Адаже близько 80 % контингенту відвідувачів були саме російські бізнесмени. Тому готелі потерпають свідомо чи не свідомо від значної втрати доходу.

Як наслідок, у столиці визначається скорочення закладів готельного господарства. Так, за даними Головного управління статистики Києва, на кінець першого півріччя 2014 р. у місті функціонувало 177 готельних об'єктів, що на 8 одиниць менше порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Серед них готелі різних категорій: 27 апарт-отелів, близько 50 малих готелів, 36 хостелів, гуртожитків готельного типу, санаторії та інші місця короткострокового розміщення. Загалом ринок готельних послуг нараховує 12145 готельних номерів, розподілених за структурою (див. рис.) [10].

Як видно з рисунку, на ринку готельних послуг столиці переважають готелі категорії "3 зірки", тобто середнього рівня комфорту та ціни. Сьогодні саме готелі цього класу мають можливість вижити та розвиватися.

Варто зауважити, що фактор конкуренції має локальний характер: конкурентами вважаються готелі, близькі за рівнем комфорту та місцем розташування (в одному місті, рекреаційній зоні тощо). Проте в сучасних умовах гнучких цін конкурентами є всі готельні підприємства. І рівень конкуренції посилюється присутністю міжнародних представників. Зокрема в Києві працює близько

160 готелів із загальним номерним фондом 11 тис. номерів, серед яких 9 є брендами (Hyatt, InterContinental, Fairmont, два Radisson, Hilton, Holiday Inn, Ramada та Ibis). Відкриття інших (Park Inn (192 номери), Aloft (310 номерів), Renaissance (173 номери) три готелі під брендом Ibis (на 233, 150 і 233 номерів) відкладається до завершення політичного конфлікту [7].

Щодо поліпшення якості менеджменту слід зазначити, що отельєри об'єдналися для вирішення спільних проблем, створивши антикризову спілку, що має ключовими моментами маркетинг та цінову політику [11].

Розглядаючи цінову політику, слід зазначити, що за даними компанії Colliers International, в середньому вартість номера станом на початок II кварталу 2014 р. знизилась порівняно з аналогічним періодом 2013 р. у перерахунку в євро на 10 % – у готелях категорії 5*, на 25 % – у готелях категорії 4* та на 20 % – у готелях інших категорій. У гривневому еквіваленті відповідно на 130 %, 110 % та 110 % [10]. І ситуація погіршується у зв'язку з катастрофічним падінням національної валюти.

Усі фактори загалом формують несприятливе поле для бізнесу, що не має перспектив та має значні ризики. Беручи до уваги низький рівень завантаженості готелів, що є показником попиту на готельні послуги, та поточну ситуацію в країні, можна зробити висновок про негативні аспекти розвитку бізнесу в Україні в цілому. Ця ситуація ха-

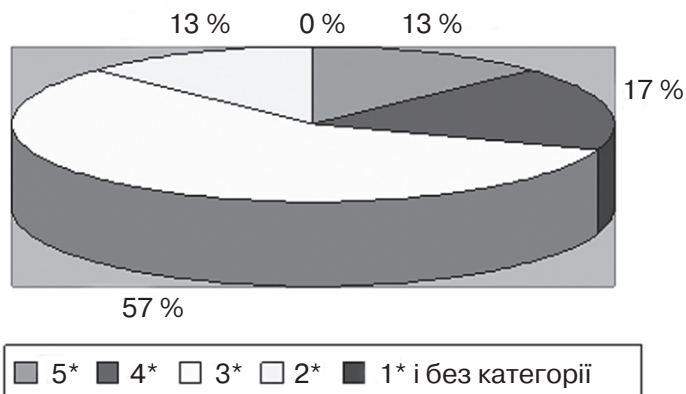


Рис. Структура підприємств готельного господарства м. Києва

рактизує необхідність втручання держави в економічні процеси. Щодо ринку готельних послуг держава повинна реалізувати наступні принципи положення [12]:

- забезпечити приїжджаючим безпечні умови для відвідування України;
- спростити і прискорити процес оформлення віз;
- відмінити візовий режим для країн, що підтримують Україну в цей час (США, ЄС, Японія, Великобританія тощо);
- впровадити жорсткий візовий режим і контроль над в'їздом громадян Росії;
- знизити туристичний та курортний збори;
- спростити режими та правила оформлення дозвільної документації з розміщення і будівництва рекреаційних об'єктів;
- створити сприятливі умови для роботи малих підприємств різних типів;
- поліпшити умови залучення інвестицій в інфраструктурні об'єкти тощо.

Ці заходи не є особливо витратними для державного бюджету, але є необхідною мірою для реанімації готельних підприємств.

Підсумовуючи викладене, можна зробити висновок, що умови для розвитку готельного бізнесу несприятливі і пов'язані з високим рівнем ризику. Через загострення політико-економічної ситуації в країні поліпшення найближчим часом не очікується. Нормальні перспективи можна відмітити лише для готелів низької цінової категорії, які частково можуть забезпечуватися переселенцями з окупованих територій та є більш гнучкими в плані варіювання ціни. В секторі готельних послуг вищої категорії національні підприємства стикаються з жорсткою конкуренцією відомих міжнародних брендів. Загальні ж тенденції на ринку можна представити за такими напрямками:

- скорочення туристичного потоку;
- зниження кількості готельних підприємств і рівня їх завантаження;
- зниження вартості номерів та оптимізація витрат отельєрів;

- об'єднання отельєрів з метою виходу з кризи;
- відстрочування інвестиційних проектів готельних підприємств.

Проведений аналіз показав актуальність продовження досліджень операційної діяльності готельних підприємств та результатів співпраці власників готелів у кризових умовах України в наступні кілька років.



Література

1. *Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення)*: Сб. науч. трудов / О. І. Барановський; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. — К.: Вид-во КНТЕУ, 2004. — 759 с.
2. *Зубок М. І. та ін. Економічна безпека суб'єктів підприємництва*: Навч. посіб. — К.: МФСА, 2012. — 226 с.
3. *Отенко І. П. Економічна безпека підприємства*: Навч. посіб. / Уклад.: І. П. Отенко, Г. А. Іващенко, Д. К. Воронков. — Х.: Вид-во ХНЕУ, 2012.
4. *Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика*: Підручник / М. П. Мальська. — К.: Центр учбової л-ри, 2012. — 470 с.
5. *Круль Г. Я. Основи готельної справи*: Навч. посіб. / Г. Я. Круль. — К.: Центр учбової л-ри, 2011. — 367 с.
6. *Головко О. М. Організація готельного господарства*: Навч. посіб. / О. М. Головко та ін. — К.: Кондор, 2011. — 408 с.
7. *Гостиничный рынок Украины: состояние и перспективы*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://ubr.ua/business...business/gostinichnyi-rynok-ukrainy-sostoianie-i-persp>
8. *Офіційний сайт Державного комітету статистики України*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
9. *ВВП України за третій квартал по сравнению с аналогичным периодом*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://lb.ua/tags/1717_vvp.html
10. *Рівень безробіття. Державна служба зайнятості України*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.dcz.gov.ua>
11. *Ринок нерухомості м. Києва. Звіт компанії Colliers International*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.colliers.com/en-us>
12. *Новости. Гостиничный бизнес онлайн — ProHotelia*. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.prohotelia.com.ua/category/catalognews/>

На підставі аналізу впливу соціально-економічної ситуації в Україні на економіку в цілому та розвиток готельної справи визначено її перспективи з точки зору безпеки та вигідності ведення бізнесу. Зазначено, що через значні втрати територій і доходних бюджетоутворюючих напрямів економічної діяльності держава повинна спрямувати свою увагу на пріоритетні сфери, зокрема готельну, здатну оживити і активізувати економіку країни.

На основе анализа влияния социально-экономической ситуации в Украине на экономику в целом и развитие гостиничного дела определены ее перспективы с точки зрения безопасности и выгодности ведения бизнеса. Отмечено, что при значительных потерях территорий и доходных бюджетобразующих направлений экономической деятельности государство должно направить свое внимание на приоритетные сферы, в частности гостиничную, способную оживить и активизировать экономику страны.

The article reviews the main aspects of the impact of socio-economic situation in Ukraine on the whole economy and the development of hotel business. Determined its prospects in terms of security and utility business. It is noted that in a significant loss of revenue to the state budget areas and areas of economic activity, the government should focus its attention on priority areas, including hospitality, able to revive and enhance the economy.

Надійшла 9 грудня 2014 р.

М. В. ГРІДЧІНА**Н. Г. ЯКОВЛЕВА**

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ АКТИВНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 176–179

Аналізується динаміка інноваційної активності промислових підприємств України та фактори, що на неї впливають. Для підвищення інноваційної активності промислових підприємств пропонується сформуванню цілісної системи управління інноваційною діяльністю та визначити основні її складові.

Необхідність та шляхи побудови інноваційно-орієнтовної моделі економічного розвитку України були і залишаються предметом наукових досліджень вітчизняних учених [6; 7], обговорюються на науково-практичних конференціях, висвітлюються у джерелах масової інформації, вони неодноразово знаходили відображення в законодавчо-нормативних документах [2–5]. Законодавством України були передбачені як прямі методи стимулювання інноваційної діяльності (пільгове кредитування, надання державних гарантій комерційним банкам), так і непрямі (податкові пільги). Законом України “Про інноваційну діяльність” визначені види фінансової підтримки для виконання інноваційних проектів, а також певні податкові пільги [5]. Зокрема, передбачалось, що українським підприємствам може надаватися фінансова підтримка шляхом:

- повного безвідсоткового кредитування пріоритетних інноваційних проектів або часткового (до 50 %) безвідсоткового кредитування інноваційних проектів (за умови залучення решти необхідних коштів виконавця проекту й інших суб'єктів інноваційної діяльності) за рахунок бюджетних коштів;
- повної чи часткової компенсації за рахунок бюджетних коштів відсотків,

сплачуваних комерційним банкам за кредитування інноваційних проектів;

- надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів.

На жаль, ці положення Закону фактично й не почали діяти, оскільки були призупинені ще у 2003 р., внаслідок обмеженості бюджетних коштів [1].

Аналіз статистичних даних щодо інноваційної активності промислових підприємств демонструє не лише невелику частку промислових підприємств, що впроваджують інновації, а й тенденцію її зниження. Зокрема, за даними Держкомстату [8] у промисловості України у 2012 р. кількість підприємств, що впроваджували інновації, налічувала 1371 (13,6 % загальної кількості промислових підприємств), у 2000 р. таких підприємств було 1491 (14,8 % загальної кількості промислових підприємств). Отже, за 12 років (2000–2012) частка промислових підприємств, що впроваджували інновації, зменшилась на 1,2 %, а кількість — на 120 підприємств. Хоча за цей самий період обсяг реалізованої інноваційної продукції збільшився у 2,97 раза, треба відмітити постійне зниження суми реалізованої інноваційної продукції, що припадала на 1 грн коштів, спрямованих на фінансування інноваційної діяльності. Якщо у 2000 р. цей

показник дорівнював 6,9 грн реалізованої інноваційної продукції, у 2005 р. — 4,34 грн, то у 2012 р. тільки 3,14 грн [8]. Отже, за зростання обсягів реалізації інноваційної продукції за 2000–2012 рр. майже втричі знизилася повернення інноваційних витрат, а саме у 2,19 раза.

Відмітимо вкрай низьку вартість об'єктів інтелектуальної власності порівняно з загальною вартістю активів підприємств, зокрема частка нематеріальних активів у вартості активів у середньому не перевищує 1,5–3,5 %.

Технічна база промислових підприємств продовжує застарівати, коефіцієнт зносу основних засобів у промисловості вже перевищує 60 % (2000 р. — 48,8 %, 2005 р. — 57,9 %, 2010 р. — 63 %). Частка введення в дію основних засобів практично не змінюється та залишається вкрай низькою, щороку вона становить 3 % від загальної вартості основних засобів промисловості.

За даними статистики, основну частку в обсягах фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств нині складають власні кошти (79,6 % — у 2000 р., 63,9 % — у 2012 р.) [8]. Слід очікувати, що й в перспективі основним джерелом фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств будуть залишатися власні кошти (прибуток, амортизація, додаткові емісії акцій), оскільки фінансування інноваційних проектів належить до високоризикових напрямів інвестицій. Оскільки більшість підприємств мають низьку рентабельність (рівень рентабельності операційної діяльності у промисловості України складав у 2000 р. — 4,8 %, у 2010 р. — 3,5 %, у 2012 р. — 3,3 %) [8], вони мають низьку здатність до самофінансування. Частково активізації інноваційної діяльності у промисловості України може сприяти розвиток венчурного фінансування, але, на нашу думку, не слід очікувати високих темпів розвитку венчурних інвестиційних фондів у найближчому майбутньому.

Зазвичай, аналізуючи невтішні результати у сфері інноваційної діяльності, наголошують на недостатніх обсягах фінансування, на скороченні державної підтримки, на проблемі знаходження джерел збільшення

фінансування. Це безумовно так, всі ці проблеми існують, ми вже відмічали скорочення державної підтримки та стимулювання інноваційної діяльності, а також відсутність достатніх обсягів власних грошових коштів внаслідок невисокої рентабельності більшості вітчизняних промислових підприємств.

Недостатнє фінансування є, швидше, не причиною, а наслідком відсутності вагомих системних зрушень у побудові інноваційно-орієнтованої економіки. Інвестори, вітчизняні й зарубіжні, не зацікавлені у спрямуванні грошових потоків у розвиток інноваційної діяльності. Причиною цього є кланово-олігархічна система економічних відносин, яка створена в Україні, вона не сприяє формуванню повноцінного конкурентного середовища, так само, як попередня командно-адміністративна система. А головною рушійною силою ринкової економіки, яка змушує підприємців вкладати кошти у високоризиковані інноваційні проекти, є конкуренція. Власники промислових підприємств мають постійно дбати про їх конкурентоспроможність, отже, шукати нові технології, створювати нові види та оновлювати асортимент продукції, впроваджувати різноманітні маркетингові та управлінські нововведення. Отже, без змін у системі економічних відносин окремі закони, постанови чи локальні державні інноваційні програми не зможуть істотно збільшити попит на інновації в Україні, а, відповідно, створити сприятливий економічний клімат для інноваційної діяльності.

Узагальнюючи матеріали наукових публікацій з цих питань, визначимо головні екзогенні чинники впливу на інноваційну активність промислових підприємств:

- наявність стратегічної концепції розвитку економіки на основі інноваційної моделі та її реалізація шляхом здійснення відповідної державної інноваційної політики;
- повнота і досконалість законодавчої бази в цілому та законодавства з питань інноваційної діяльності зокрема;
- сприятливий економічний клімат для інноваційної діяльності, високий попит на інновації;

- наявність установ інфраструктури та кваліфікованих експертів, які надають необхідні бізнес-послуги, інформацію щодо науково-технічних досягнень та ринків.

Разом з тим на інноваційну активність підприємств впливають не тільки зовнішні, а й внутрішні чинники. Зокрема, одним з вирішальних ендегенних чинників, який впливає на ефективність використання коштів, що спрямовуються на фінансування інноваційних проектів, є внутрішня система управління інноваційною діяльністю на промислових підприємствах. Отже, основним завданням держави є створення сприятливого економічного середовища для створення і впровадження інновацій, а основним завданням керівників підприємств є формування цілісної системи управління інноваційною діяльністю, яка має складатися з таких елементів:

1) управління відбором інноваційних проектів, які відповідають стратегії розвитку підприємства, і залученням джерел фінансування (формування фондів фінансування нововведень і стимулювання творчої праці винахідників, раціоналізаторів, новаторів за рахунок нерозподіленого прибутку, залучення довгострокових банківських кредитів, розміщення акцій та корпоративних облігацій на вітчизняному і міжнародному фондових ринках);

2) управління інтелектуальною власністю та комерціалізацією інновацій (облік об'єктів інтелектуальної власності-ОІВ, оцінювання вартості ОІВ, які створюють фахівці підприємства, оформлення охоронних документів, захист ОІВ від неправомірного використання, організація продажу патентів, ліцензій та інших ОІВ);

3) мотивація творчої праці персоналу (планування кар'єри працівника, стимулювання особистого зростання, застосування індивідуалізованої системи мотивації — разові грошові виплати винахідникам і новаторам, іменні премії, індивідуальні відзнаки, формування соціального пакета, матеріальне заохочення розвитку персоналу — підвищення кваліфікації, тренінги, перепідготовка тощо);

4) контроль і аналіз інноваційних витрат (розподіл і облік інноваційних витрат за окремими проектами і напрямками інноваційної діяльності, оцінювання фактичної ефективності інноваційних витрат);

5) управління ризиками інноваційної діяльності (ідентифікація ризиків, оцінювання рівня ризику, нейтралізація, розподіл, страхування ризиків);

6) управління НДДКР і співпрацею з установами інноваційної інфраструктури (створення відокремлених підрозділів, проектних груп, заснування венчурних підприємств, укладення угод з науково-дослідними установами, консалтинговими фірмами, участь в діяльності технопарків, виставках, ярмарках тощо).

Особливу увагу необхідно звернути на формування підсистеми управління інтелектуальною власністю, оскільки в сучасній економіці саме інтелектуальна власність відіграє ключову роль у підвищенні інноваційної активності підприємства. Зокрема, на великих підприємствах може бути доцільним створення спеціального підрозділу з управління інтелектуальною власністю, основними функціями якого має бути ведення активної патентно-ліцензійної роботи, реалізація плану досліджень і розробок, ведення цілеспрямованої боротьби з порушниками авторських прав. Нагальною проблемою управління інтелектуальною власністю є її охорона. Наприклад, можливість порушення авторських прав шляхом піратського копіювання та розповсюдження авторських розробок призводить до знецінення праці як окремих винахідників, так і зниження прибутків цілих підприємств, які створюють інновації, змушують їх стримувати або й згорти обсяги розробок. Не можна не враховувати, що частиною стратегії транснаціональних корпорацій останнім часом стає так звана патентна агресія, яка становить реальну загрозу інноваційному розвитку вітчизняних промислових підприємств. Транснаціональні корпорації вміло використовують патентне законодавство для отримання патентів, застосовуючи з цією метою новітні інтелектуальні та інформаційні технології придрушен-

ня конкурентів. По суті, транснаціональні корпорації використовують патентне законодавство як протипагу антимонопольному законодавству, повністю нейтралізуючи його. У такий спосіб вони можуть обмежувати діяльність українських виробників наукоємної продукції, перейшовши від патентного захисту конкретних виробів до агресивних форм захисту перспективних секторів ринку наукоємної продукції. З урахуванням експертних оцінок можна стверджувати, що вкрай низька патентна активність українських підприємств може призвести до неможливості освоєння низки перспективних секторів ринку.

Отже, формування повноцінної системи управління інноваційною діяльністю, яка охоплює весь ланцюжок — від відбору інноваційних проектів і вибору джерел фінансування до оцінювання фактичної ефективності інноваційних витрат, є необхідною умовою підвищення інноваційної активності вітчизняних промислових підприємств.



Література

1. Грідчина М. В. Управління фінансами акціонерних товариств: Навч. посіб. — К.: А.С.К., 2005. — 384 с.

1. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 р. // Уряд. кур’єр. — 2002. — № 143. — С. 5–7.

2. Закон України “Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні” від 16.01.2003 р. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=433-15>

3. Закон України “Про Загальнодержавну комплексну програму розвитку високих наукоємних технологій”. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1676-15>

4. Закон України “Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків” із змін. і допов. // ВВР України. — 1999. — № 40. — С. 363.

5. Кальянов А. В. Інноваційна політика розвитку підприємства в умовах трансформаційної економіки / А. В. Кальянов, С. О. Воронков // Наук. праці МАУП. — Вип.1(36). — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2013. — С. 96–102.

6. Польова Н. М. Формування механізму управління інноваційною діяльністю машинобудівних підприємств / Н. М. Польова, В. О. Шпильова // Актуальні проблеми економіки. — 2009. — № 4(94). — С. 130–134.

7. Статистичний щорічник України за 2012 р. Державна служба статистики України. — К.: Август Трейд, 2013.

8. Статистичний щорічник України за 2010 р. / Державна служба статистики України. — К.: Август Трейд, 2011.

Проаналізовано показники інноваційної активності промислових підприємств України. Визначено основні екзогенні фактори, що впливають на розвиток інноваційної діяльності. Підкреслюється необхідність системних змін економічних відносин у країні для зростання попиту на інновації. Рекомендується впроваджувати цілісну систему управління інноваційною діяльністю на промислових підприємствах.

Проанализированы показатели инновационной активности промышленных предприятий Украины. Определены основные экзогенные факторы, которые влияют на развитие инновационной деятельности. Подчеркивается необходимость системных изменений экономических отношений в стране для роста спроса на инновации. Рекомендуется внедрять целостную систему управления инновационной деятельностью на промышленных предприятиях.

Indexes of innovative activity of Ukrainian industrial enterprises were analyzed. The main exogenous factors influencing the development of innovative performance were defined. The need for systematic changes in economic relations within the country was emphasized to facilitate the growth of the demand for innovation. It is recommended to implement an integrated system of innovation's management at industrial enterprises.

Надійшла 12 грудня 2014 р.

Н. Г. ЧАЙКА

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

Т. В. КАШТАНОВА

Центральне територіальне управління капітального будівництва

НАБУТТЯ КОМУНІКАТИВНИХ ВМІНЬ У ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 180–187

Розглядаються питання розвитку комунікативних якостей майбутніх менеджерів. Аналізується значення комунікативних навичок в управлінській діяльності. Визначаються вимоги до процесу набуття комунікативних вмінь та інтерактивні методи навчання, які сприяють розвитку комунікативних якостей студентів.

На сучасному етапі розвитку підприємницьких структур соціально-економічної сфери України принципового значення набуває вдосконалення системи управління, ефективного адміністрування, яке передбачає оптимально предметне використання керівником у процесі управління психологічних, комунікативних, організаційних вмінь та навичок.

В умовах посилення тенденції практичної спрямованості теоретичного навчання та його наближення до реалій господарських процесів особливої актуальності набуває запровадження до освітнього процесу таких інтерактивних методів навчання, які здатні сприяти набуттю, насамперед, вмінь і навичок, використання управлінських технологій.

Визначенню особливостей діяльності керівника присвятили низку досліджень відомі фахівці Ф. Тейлор [14], А. Файоль [22], П. Друкер [11] та ін.

За поглядами переважної більшості дослідників діяльність керівника представляється як система компонентів, що складається з певного, чітко визначеного, набору функцій. Кожен керівник реалізує управлінські функції залежно від притаманного йому рівня компетентності. Важливо акцентувати увагу, що і теоретики, і практики управлін-

ської діяльності єдині у визначенні однієї з головних компетенцій менеджера будь-якого рівня — комунікативності [2; 5; 10].

Визначимо базові складові комунікативних умінь, які є необхідними у процесі управлінської діяльності керівників та обґрунтуємо основні методологічні вимоги та підходи до формування цих вмінь у навчальному процесі.

Аналізуючи магістерські програми підготовки майбутніх керівників за напрямом специфічні категорії, необхідно вказати, що за затвердженими стандартами передбачено набір студентів, що вже мають повну або базову освіту. Відповідно до Галузевого стандарту вищої освіти України спеціальність специфічних категорій 8.18010018 “Адміністративний менеджмент” кваліфікації 1475.4 “Менеджер (управитель) з адміністративної діяльності” належить до міждисциплінарної інтегративної частини циклів економічних та гуманітарних дисциплін, завдання яких — загальнокультурна, світоглядна та методологічна підготовка топ-менеджерів [9; 7].

Основне завдання освітньо-професійної програми менеджерів з адміністративної діяльності — формування професійних компетенцій. Під час навчально-практичної підготовки випускники мають оволодіти як

технологіями універсального управлінського підходу, так і вміннями з адміністративної діяльності відповідно до конкретного, обраного студентом, напряму економіки чи сфери соціального життя. Тому важливим є не тільки фундаментальна економіко-управлінська та фахово-адаптована правова підготовка, все більшого значення набуває психолого-управлінська підготовка. Варто зазначити, що опанування управлінських технологій неможливе без набуття сучасних інформаційно-комунікаційних знань та вмінь, підвищення рівня комунікативних здібностей майбутніх керівників [23, 166].

З огляду на швидкозмінні зовнішні фактори, варто визначити негативні умови, в яких, зазвичай, доводиться працювати сучасним керівникам: насамперед це інформаційний тиск; дефіцит часу; ненормований робочий день; постійний тиск з боку підлеглих та вищого керівництва; вимушений ризик; одночасне вирішення кількох різнорівневих завдань.

Успіх будь-якої організації залежить від організаторських здібностей керівника. До них належать передусім комунікативність, ефективний та швидкий контакт з підлеглими, вміння вірно оцінювати хто чого вартий та хто на що здатний.

Якщо проаналізувати загальнотеоретичні проблеми спілкування, то вони ретельно досліджуються у працях таких російських психологів, як Б. Ф. Ломов [16], В. М. Мясіщев [18] та ін. Проте на сучасному етапі становлення педагогічної й психологічної наук немає єдиного розуміння проблеми спілкування, що пов'язано з різними позиціями дослідників щодо концептуальних поглядів на спілкування. Так, наприклад, концепція функціональної структури спілкування (Е. Берн [3]) включає в себе обмін інформацією, створення єдиної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншої людини. Концепція продуктивності спілкування (А. П. Назаретян [19], О. Д. Урсул [21]) виявляється в мотивації та вміннях взаємодіяти.

У наукових розробках та дослідженнях сучасних вітчизняних психологів обґрунтовуються фахові особливості спілкування,

притаманні представникам різних професій (О. І. Бондаренко [6], І. О. Дубова [12]) та за різних ситуаційних та виробничих умов (О. В. Андрієнко [1], Н. К. Дніпренко [13], Л. С. Куренчук [15]).

Сучасні вітчизняні науковці, серед яких й автор навчального посібника "Комунікаційна політика в діяльності державного службовця" кандидат наук з державного управління В. І. Малімон вказують, що "у сучасній літературі з психології управління комунікації визначають як інформаційні взаємодії, в які вступають люди, і, які підтримують при виконанні своїх функціональних обов'язків чи посадових функцій. Дослідження показують, що від 50 % до 90 % робочого часу припадає на комунікацію. При цьому 85 % японських, 73 % американських та 63 % англійських управлінців вважають комунікативну некомпетентність основною перешкодою на шляху до підвищення ефективності діяльності організації.

Дослідження свідчать, що до 70 % всієї інформації, яка отримується на робочому місці керівником і його підлеглими, перебуває поза контролем організації й отримується під час неформального міжособистісного спілкування. Згідно із статистичними даними, в низхідних організаціях, лише 20 % інформації доходить до безпосередніх виконавців" [7, 21; 8, 69; 17, 33].

Проте результати наукових досліджень з менеджменту вітчизняних та зарубіжних фахівців вказують на виняткову роль міжособистісної комунікації, саме цим видом комунікації передається переважна частина інформації, задіяної у процесі виконання поставлених перед керівником завдань. Втім, на якість інформаційного обміну при здійсненні управлінської діяльності впливають інші важливі чинники:

- теоретичні: рівень знань основних компонентів комунікативного процесу;
- технічні: наявність в організації якісних інформаційних мереж та чітка визначеність у користуванні ними;
- технологічні: рівень розвиненості комунікативної компетентності усіх співробітників;

- психологічні: налаштованість співробітників на досягнення взаєморозуміння при виконанні поставлених завдань, досягненні спільної мети у процесі діяльності.

Таким чином, необхідно визнати, що якість здійснення комунікації в управлінні організацією прямо залежить від рівня розвиненості комунікативних якостей усіх її співробітників.

Оволодіти мистецтвом професії управління-менеджера можна тільки за допомогою пізнання науки управління та набуття необхідних вмінь та навичок. Видатний менеджер Лі Яккока (США) у трактуванні власних підходів до оволодіння мистецтва управління кілька разів вказує на необхідність набуття саме комунікативних вмінь. Так, першою умовою успішного керівництва він визначає вміння контактувати з людьми. Крім того, теоретик визначає: “порядок письмового викладу будь-якої ідеї — перший крок до втілення її в життя”; “єдиний спосіб спонукати людей до енергійної діяльності — це спілкуватися з ними”; і нарешті, “головною причиною нездатності здібних людей зробити кар’єру є їхня низька комунікативність” [24, 98].

З огляду на досить суттєвий прошарок фахівців, що є керівниками різних рівнів, є підстави виокремити культуру спілкування управління, як культуру окремої групи, якій притаманні особливі інтереси. Уміння спілкуватися можна назвати циркулярною системою, що живить інші управлінські вміння.

У процесі виконання управлінської діяльності комунікативні навички набувають її специфіки і стають управлінськими. До таких навичок насамперед належать навички оперативного використання зворотної інформації від усіх об’єктів управління; навички адекватного розуміння співрозмовника, які передбачають, з одного боку, використання візуальної психодіагностики для “читання” людей, а з другого — емпатійного та рефлексивного аналізу вербальних і невербальних засобів спілкування; навички конструктивної комунікації, ефективного управлінського спілкування, переформулювання окремих завдань управління на індивідуаль-

ні завдання для підлеглих; навички продуктивного здійснення управлінських актів (проведення нарад, зборів, прийому відвідувачів тощо); навички правильного оформлення ділової документації управлінських рішень (розробка планів, наказів, розпоряджень тощо).

Загальна модель комунікативних умінь включає відповідні складові вмінь та навичок. Вміння складаються з пов’язаних між собою навичок та базових знань, що дають змогу особі керівника вносити додаткову значущість у загальну сферу зобов’язань на роботі. Навички, один з елементів умінь, — це специфічний набір спроможностей.

Спілкування є основним умінням, що включає здатність ефективно надсилати та отримувати інформацію, а також здатність передавати та розуміти думки, почуття й ставлення. Це вміння містить такі взаємопов’язані навички: міжособистісне спілкування, вислуховування, усне та письмове спілкування.

Міжособистісне спілкування — здатність взаємодіяти з іншими (старшими за віком, однолітками, підлеглими та клієнтами).

Вислуховування — це здатність бути уважним, коли говорять інші, і ефективно реагувати на їхні зауваження.

Усне спілкування — здатність вербально надавати інформацію іншим (один на один або в групі).

Письмове спілкування — здатність ефективно передавати інформацію формально (через звіти, листи) або неформально (записки, пам’ятки).

Оскільки йдеться про навчання у магістратурі, тобто про навчання дорослих людей, які вже мають фахову освіту, необхідно зазначити, що у цьому випадку процес навчання варто розглядати як відносно постійні зміни в частоті прояву певної поведінки індивіда магістранта. Під час проведення занять викладачі магістратури повинні сприяти тому, щоб магістранти вчилися та практикували продуктивну поведінку, притаманну управлінській діяльності. Великою мірою навчання нової (управлінської) поведінки залежить від факторів навколишнього середовища,

що має бути штучно відтворено викладачем. Отже, однією з цілей викладачів магістратури є набуття досвіду в навколишньому середовищі, що сприятиме бажаній для організації (підприємства, установи) поведінці керівника — менеджера.

Під час занять для дорослих у відтвореному робочому оточенні навчання бажано проводити за однією з трьох методик: за класичною теорією умовних рефлексів (класична зумовленість); за класичною теорією оперантних рефлексів (оперантна зумовленість) та згідно з принципами соціально-когнітивної теорії. З цих трьох оперантна зумовленість та соціально-когнітивна теорія ефективніші, що й мають взяти на озброєння викладачі рівня магістратури.

Процес класичної зумовленості може допомогти зрозуміти різноманітність стилів поведінки, що мають місце у повсякденному житті. Класична зумовленість відносно нечасто використовується в робочому оточенні, оскільки бажана поведінка працівників зазвичай не включає реакції, які можна змінити за допомогою засобів класичної зумовленості. Існує велика зацікавленість у добровільній поведінці працівників і в тому, як можна її змінити.

При наданні освітніх послуг на рівні магістратури варто більше впроваджувати процес ствердження добровільної поведінки.

З оперантною зумовленістю пов'язане ім'я Б. Ф. Скіннера [4]. За теорією американського психолога Берреса Фредеріка Скіннера "оперантна зумовленість" — це процес навчання людей добровільній поведінці. Оперантна поведінка є результатом оперантного навчання, яке визначається подіями, наступними за реакцією. Інакше кажучи, всяка поведінка має наслідки, і природа цих наслідків змінює тенденцію організму повторювати дану поведінку в майбутньому. Усяка більш-менш довільна дія розглядається Скіннером як оперант, контрольований результатами, наступними за відповідною поведінкою [20]. Поведінка багатьох працівників, у тому числі й керівників, у робочих умовах є оперантною.

Наукову теорію Б. Скіннера розширив та поглибив найбільш відомий представник на-

прямую біхевіоральної психології, американський та канадський психолог Альберт Бандура. Вчений на протилежність класичному біхевіоризму вважав, що навчання через спостереження (моделювання) є не просто видом навчання, а є його основною соціальною формою. Тобто спостерігаючи за іншими у певній соціальній ситуації, індивід, імітуючи їхні дії, може навчитися новій поведінці. Бандура переконливо доводив думку, що, незважаючи на те що зовнішнє оточення дійсно дуже впливає на поведінку людини, люди теж відіграють активну роль у створенні власного навколишнього середовища [20].

Згідно з соціально-когнітивною теорією навчання індивід спостерігає заохочення і покарання інших людей, аналізує ситуації, в яких поведінка інших заохочується, карається або ігнорується. Індивід засвоює нові способи поведінки, спостерігаючи успіхи і поразки інших людей в тій самій мірі, як і спирається на свій власний досвід. Це дає можливість вчитися на успіхах і помилках інших [20].

Ця теорія має бути відправною як для викладачів будь-якого рівня, так і для менеджерів будь-якого рівня, тому що вона пояснює поведінку учнів, студентів або підлеглих. Саме за цією теорією варто враховувати, що викладач (керівник) не має права вимагати від студентів (підлеглих) ті прояви, які відсутні в його поведінці. І навпаки, цікаві промови, виступи (лекції), бездоганне відтворення процесу спілкування (уважне слухання та своєчасна мовна реакція) вже будуть наслідуватися магістрантами (підлеглими).

Трьома факторами, що сприяють соціально-когнітивному навчанню, є спостережне навчання, самоконтроль та самоефективність. Спостережне навчання застосовується, коли особа, яка навчається, спостерігає поведінку іншої особи (викладача, керівника) та її наслідки (винагорода, покарання, рівень сприйняття, ставлення оточуючих або власне ставлення до сприйняття цієї особи).

Щоб навчання ефективній комунікативній поведінці було ефективнішим, необхідно дотримуватися кількох умов:

- магістрант має спостерігати за найкращими моделями комунікативної поведінки викладача, однокурсників та концентрувати свою увагу на позитивних її аспектах;
- магістрант повинен точно сприймати поведінку моделі комунікації;
- магістрант повинен запам'ятовувати прийоми та методи ведення комунікативних заходів;
- магістрант повинен мати навички і здібності, необхідні для засвоєння комунікативної поведінки;
- магістрант повинен акцентувати увагу на позитивних наслідках комунікативної поведінки.

Для наявних комунікативних прикладів корисності студент повинен вбачати, що поведінка моделі винагороджується (має позитивні наслідки). Винагорода може бути у вигляді простої позитивної критики викладача або у схвальній оцінці однокурсників. Спостерігаючи досвідчених викладачів, новачки вчаться належній манері поведінки, стилю спілкування.

Статева, культурна та етнічна різноманітність вимагає нових ділових комунікаційних умінь. Наприклад, як з'ясувалося, фраза “вирішувати проблеми в бізнесі” по-різному перекладається на китайську й французьку мови. В Китаї вона може означати “виробляти продукт та завантажити його в доки”. У Франції ця фраза означає “бути зайнятим виробництвом, маркетингом, просуванням та продажем продукту”. Оскільки багато слів і фраз перекладаються по-різному, потрібно знайти можливість однакового тлумачення слів незалежно від країни та мови. Інколи, щоб чітко та зрозуміло визначати виконавчі критерії, компаніям доводиться створювати власний міжнародний словник.

Варто враховувати, що при засвоєнні навчального матеріалу з проблем набуття комунікативних вмінь, магістранти побічно осмислюють та засвоюють матеріали з інших суміжних дисциплін: інформатики, психології, менеджменту тощо.

Суто комунікативним матеріалом є теми, в яких засвоюються теоретичні знання з пи-

тань видів та засобів комунікації в організації, сутності комунікаційного процесу та практична інформація щодо організаційних форм комунікації: особливості підготовки та проведення керівником ділової розмови, спору, дискусії, ділової бесіди, “круглих столів”, зборів, нарад, ділових переговорів, торгів, ділових тренінгів, інструктажів; впровадження сучасних методів Паблік рілейшнз, засобів формування позитивного іміджу тощо.

При засвоєнні вказаних теоретичних та практичних питань студенти-магістранти мають або спиратися на існуючі, або додатково отримати знання, що належать до інших галузей знань, наприклад, з таких дисциплін:

- інформатизація (інформація в менеджменті, інформаційне забезпечення менеджменту, носій інформації, новітні інформаційні технології, інформаційні системи, інформаційні мережі в організації, організація сервісного обслуговування тощо);
- менеджмент (внутрішнє та зовнішнє середовище організації, система та структура комунікації, організаційна культура, мотивація, поведінка, стимули, інфократія тощо);
- документоведення (нормативно-правові та організаційно-розпорядчі документи, внутрішній нормативний акт, стандарт, стандартизація, анкета, анкетування тощо);
- психологія управління (особистість та влада керівника, лідерська поведінка, якості менеджера, харизма, група, взаємодія членів групи, соціальна взаємодія, методи групової роботи, критика, організаційні конфлікти, емоційність, консенсус, ефект бумеранга тощо).

Сучасний комунікаційний процес вимагає застосування сучасних управлінських технологій — основне вміння, що включає здатність застосовувати специфічні методи, процедури та техніку в управлінській сфері. Технічні навички користування сучасними засобами комунікації вкрай необхідні керівникам. Вони накопичуються як під час навчання, так і в процесі роботи. Потреби в технічних навичках змінюються з підвищенням відповідальності менеджера-керівника. Менеджери першої категорії повинні мати достатньо технічних навичок для навчання нових праців-

ників та нагляду за технічним аспектом роботи. Збільшення відповідальності менеджерів потребує менше детальних технічних знань. Проте менеджери, керівники повинні йти в ногу з технічними змінами шляхом опанування новітніх технічних засобів у здійсненні управлінських функцій та отриманні нової інформації. Тому на сучасному етапі підготовки керівних кадрів викладачам вкрай необхідно застосовувати у навчальному процесі інтерактивні засоби навчання та комунікації.

Задля поліпшення поведінки магістрантів при отриманні комунікативних знань та набутті вмінь викладачеві необхідно:

- визначити поведінку, яка приведе до вдосконалення процесу набуття знань та вмінь;
- обрати відповідну модель педагогічного процесу, модель стилю поведінки викладачів, які б спостерігали магістранти;
- надавати кваліфіковану допомогу у набутті технічних навичок підготовки та застосування сучасних методів начочності відповідей, захистів творчих навчальних, курсових робіт та забезпечити навчальний процес сучасними технічними засобами;
- створювати позитивну навчальну ситуацію, аби уможливити ймовірність того, що студенти навчаться новій комунікативній поведінці;
- сприяти позитивним наслідкам (похвала, увага, приклад) тих студентів, які виконували завдання на належному рівні;
- постійно розвивати та удосконалювати загальну організаційну практику, що підтримала б нові набуті комунікативні вміння.

Стрімке зростання ролі управлінських кадрів у діяльності сучасних соціально-економічних систем за останні півстоліття привело до зміни парадигми та сутності менеджменту. Таке становище зумовлено змінами технічного та технологічного характеру, що, у свою чергу, потребує високого рівня кваліфікації керівного складу підприємств, установ та закладів.

Узагальнюючи викладене, варто зазначити, що в сучасній вітчизняній системі вищої

освіти мають місце впровадження в освітній процес інноваційних комунікативних засобів. Одним з найважливіших стратегічних завдань модернізації вищої освіти України є забезпечення якості підготовки керівників на рівні міжнародних стандартів. Необхідно зазначити, що при підготовці менеджерів-керівників, як спеціалістів у професійній діяльності, основну роль у яких відіграє процес спілкування, більш широкого застосування повинні набувати різноманітні інтерактивні методи навчання, застосовуватися тренінги, особливу увагу необхідно звернути на забезпечення процесу навчання сучасним технічним устаткуванням.

Розвиток комунікативних навичок студентів-магістрантів стимулює розвиток професійно значущих якостей та вмінь, які дають їм можливість успішніше орієнтуватися в управлінських процесах, ставати конкурентоспроможними спеціалістами-менеджерами.

Проте загальновідомо, що недостатньо лише усвідомлювати наявність тих чи інших процесів, які супроводжують процес здійснення комунікації в виробничо-управлінській діяльності, головне — сформувати у майбутніх суб'єктів управлінської діяльності практичні ефективні вміння та навички комунікації, створити умови для оволодіння ними комунікативною компетентністю та її реалізацією в повсякденній праці.

Отже, питання розвитку комунікативних якостей майбутніх керівників та менеджерів у системі вищої освіти вимагає особливої уваги та подальшого розроблення.



Література

1. Андрієнко О. В. Гендерні особливості деформації особистості в умовах службової регламентації спілкування: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / О. В. Андрієнко; Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. — К., 2013. — 19 с.
2. Баранова С. В. Професійна відповідальність в управлінській діяльності (соціально-психологічний аспект) : [монографія] / С. В. Баранова. — Луганськ: Світлиця, 2006. — 200 с.

3. Берн Э. Л. Люди, которые играют в игры: психология человеческой судьбы / Э. Л. Берн; пер. с англ. А. Грузберг. — М.: Эксмо, 2008. — 575 с.
4. Беррес Скиннер как человек и исследователь // Энциклопедия практической психологии. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.psychologos.ru/articles/view/b._f._skinner_i_radikalnyu_bihevizorm/1
5. Бібік Н. М. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: (Бібліотека з освітньої політики) / Н. М. Бібік, Л. С. Ващенко, О. І. Локшина; за заг. ред. О. В. Овчарук. — К.: К.І.С., 2004. — 111 с.
6. Бондаренко О. І. Психологічні особливості професійного спілкування військовослужбовців в особливих умовах діяльності [Текст] : дис. ... канд. психол. наук: 19.00.09 / О. І. Бондаренко; Нац. акад. держ. прикордонної служби України ім. Богдана Хмельницького. — Хмельницький, 2004. — 218 с.
7. Виноградова В. Особливості розвитку комунікативних якостей майбутніх державних службовців / В. Виноградова // Проблеми підготовки сучасного вчителя. — № 6 (Ч. 1). — 2012. — С. 20–24.
8. Воробйова Є. В. Розвиток індивідуального стилю діяльності менеджера в процесі професійної підготовки / Є. В. Воробйова // Теорія і практика управління соціальними системами. — 2012. — № 1. — С. 81–86.
9. Галузевий стандарт вищої освіти України. Підготовка магістра за спеціальністю специфічних категорій 8.000007 “Адміністративний менеджмент” кваліфікації 1475.4 “Менеджер (управитель) з адміністративної діяльності”. Видання офіційне. — К.: Міністерство освіти і науки України, 2004. — 4, 22, 34 с.
10. Грачев В. В. Компетентностный подход в высшем профессиональном образовании / В. В. Грачев, О. А. Жукова, А. А. Орлов // Педагогика. — 2009. — № 2. — С. 107–112.
11. Друкер П. Ф. Эффективный руководитель / П. Ф. Друкер; пер. с англ. О. Л. Чернявская. — М.; СПб.; К.: Вильямс, 2008. — 223 с.
12. Дубова І. О. Психологічні особливості професійного спілкування працівників міліції в екстремальних умовах: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.06 / І. О. Дубова; Нац. акад. внутрішніх справ України МВС України. — К., 2003. — 236 с.
13. Комунікація: демократичні стандарти в роботі органів державної влади [Текст]: Навч. посіб. для держ. службовців / Н. К. Дніпренко та ін.; за заг. ред. Н. К. Дніпренко. — К.: Вістка, 2008. — 161 с.
14. Кравченко А. И. Классики социологии менеджмента: Ф. Тейлор, А. Гастев / А. И. Кравченко; Русский Христианский гуманитарный ин-т. — СПб.: Изд-во Русского Христианского гуманитар. ин-та, 1999. — 319 с.
15. Куренчук Л. С. Психологічні особливості ділового спілкування працівників місцевих органів виконавчої влади [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / Л. С. Куренчук; Східноукр. нац. ун-т ім. Володимира Даля. — Луганськ, 2013. — 20 с.
16. Ломов Б. Ф. Системность в психологии: избранные психологические труды / Б. Ф. Ломов; ред. В. А. Барабанщиков [и др.]; Академия педагогических и социальных наук, Московский психолого-социальный ин-т. — М.: Ин-т практ. психологии; Воронеж: НПО “МОДЭК”, 1996. — 384 с.
17. Малімон В. І. Комунікаційна політика в діяльності державного службовця: Навч. посіб. — 2-ге вид., допов. і розшир. — Івано-Франківськ: Місто-НВ, 2008. — 344 с.
18. Мясичев В. Н. Психология отношений: избр. психол. тр. / В. Н. Мясичев; ред. А. А. Бодалев; Академия педагогических и социальных наук, Московский психолого-социальный ин-т. — М.: Ин-т практич. психологии; Воронеж: НПО “МОДЭК”, 1995. — 356 с.
19. Назаретян А. П. Агрессивная толпа, массовая паника, слухи. Лекции по социальной и политической психологии: Учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по направлению и спец. психологии / А. П. Назаретян. — М.: Питер, 2003. — 190 с.
20. Олешкевич В. История психотехники. Часть II. Психология и психотехника XX века. Глава 4. Становление и развитие бихевиоральной психотехники и психологии. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/5995/5999>
21. Устойчивое развитие, безопасность, ноосферогенез: Монография / А. Д. Урсул [и др.]; Российская академия гос. службы при Президенте РФ. — М., 2008. — 399 с.
22. Файоль А. Общее и промышленное управление / А. Файоль; пер. с фр. Б. В. Бабин-Корень; предисл. А. К. Гастев. — М.: Центр. ин-т труда, 1923. — 123 с.
23. Чайка Н. Г. Базові компоненти поведінки та умінь керівників як основні вимоги до навчально-практичних програм підготовки менеджерів з адміністративної діяльності // Вісн. Луганського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка: зб. наук. праць. — Луганськ: ЛНУ, 2013. — №10 (269). — Ч. IV. — С. 164–174.
24. Якокка Л. Куда подевались все лидеры? / Л. Якокка, К. Уитни; пер. с англ. С. Э. Борич. — Минск: Попурри, 2008. — 317 с.

Нагальна необхідність зміни комунікативної поведінки суб'єкта управлінської діяльності – керівника – зумовлюється сучасними вимогами реформ та європейською орієнтацією вітчизняної економіки. При формуванні комунікативних якостей майбутніх керівників вітчизняні виші мають застосовувати в освітньому процесі якісно нову комунікаційно-освітню модель професійної підготовки з урахуванням максимального наближення до сучасних реалій управлінсько-комунікаційного процесу. Набуття знань та вмінь зовнішнього вияву комунікативної поведінки, спрямованої на максимальне досягнення ефективної управлінської діяльності, значною мірою забезпечується рівнем розвиненості комунікативної компетентності викладачів вищої школи та відповідним забезпеченням новітніми технічними засобами.

Настоятельная необходимость изменения коммуникативного поведения субъекта управленческой деятельности – руководителя – обусловливается современными требованиями реформ и европейской ориентацией отечественной экономики. При формировании коммуникативных качеств будущих руководителей отечественные вузы должны применять в образовательном процессе качественно новую коммуникационно-образовательную модель профессиональной подготовки с учетом максимального приближения к современным реалиям управленческо-коммуникационного процесса. Приобретение знаний и умений внешнего проявления коммуникативного поведения, направленного на максимальное достижение эффективной управленческой деятельности, в значительной мере обеспечивается уровнем развитости коммуникативной компетентности преподавателей высшей школы и соответствующим обеспечением новейшими техническими средствами.

The urgent necessity of changing the communicative behavior of the subject of administrative activity – the leader – is stipulated by the modern requirements of reforms and European orientation of the domestic economy. Forming the communicative skills of future leaders, the higher educational institutions in an educational process must apply qualitatively new communication-educational model of professional preparation, taking into account the maximal approaching to the modern realities of administrative communication process. The acquisition of knowledge and abilities of external display of communicative behavior, aimed at achieving the maximum effective administrative activity, largely, is provided by the level of development of communicative competence of higher school teachers and providing the latest relevant technical equipments.

Надійшла 27 грудня 2014 р.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ И МНОГОГРАННОСТЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 188–191

Мировая экономика — это сложная, подвижная система, которая постоянно изменяется. В современных условиях процесс интернационализации и глобализации производительных сил, в основе которого лежит переплетение предпринимательского капитала, достиг нового уровня развития.

Термин “международные отношения” принадлежит авторству английского мыслителя Джереми Бенхаму, который понимал под ним отношения между государствами. Впоследствии он перешел в юриспруденцию и применялся исключительно для обозначения правовых межгосударственных взаимодействий. На сегодняшний день наиболее приемлемым определением международных отношений является совокупность систем, экономических, политических, дипломатических, правовых, военных, гуманитарных и других связей и отношений между субъектами мирового сообщества, к которым относятся государство, народ, общество и общественные движения, различные организации и субъекты национальных экономик.

По окончании Второй мировой войны были сформированы два основных подхода к пониманию содержания и направленности науки о международных отношениях. Первый получил название “традиционалистского” и наиболее полное воплощение нашел в трудах американского политолога Ганса Дж. Моргентау (“Политика наций”). Сторонники второго подхода — “модернистского” — пытались сформулировать более широкие и разносторонние представления о сущности международных отношений. В целом единой проблемой представителей обоих

подходов к пониманию международных отношений стал тот факт, что ни один из них не представлял международные отношения как целостную систему в функциональном единстве ее составляющих компонентов, с одной стороны, и как деятельности на международной арене различных политических актеров (государств, народов, общественных организаций и общественных движений и т. п.) — с другой [3; 4].

Попыткой объединить обе точки зрения на определение и содержание международных отношений может считаться определение политолога И. Кравченко — “все формы обмена деятельностью, которая является предметом отношений между государствами (правовые, научные, технико-производственные и многие другие), вплоть до индивидуального общения, образуют международные отношения”. При этом надо иметь в виду, что в системе международных отношений существует огромное количество разнообразных взаимообусловленных факторов (географический, экономический, национальный, религиозный, военный, научно-технический, идеологический и т. п.), которые должны учитываться всеми субъектами международных отношений. Поэтому справедливым является определение русского ученого А. Мурадяна: международные отношения — это отноше-

ния, которые “охватывают все виды общественных, частных, политических и иных отношений, предполагающих пересечение государственной границы людьми, товарами или идеями” [5]. Таким образом, специфика международных отношений определяется как “совокупность соглашений или потоков, пересекающих границы или же имеют тенденцию к пересечению границ”. В содержание такого определения также полностью вписываются самые различные классификации международных отношений [1; 2].

Многогранность международных отношений обуславливает наличие следующих типов, видов, уровней и состояний внутри самой этой системы.

Типы международных отношений выделяют чаще всего на основе двух критериев — классового и общецивилизационного. Согласно с первым существуют отношения господства и подчинения (феодальный и капиталистический типы отношений), сотрудничества и взаимопомощи (отношения между социалистическими государствами), переходные отношения (между государствами, освободившимися от колониальной зависимости). В соответствии со вторым критерием выделяется два следующих типа международных отношений: 1) на основе баланса сил; 2) на основе баланса интересов [6; 2].

Виды международных отношений также рассматриваются по двум критериям: по сферам общественной жизни; по содержанию отношений — экономические, политические, военно-стратегические, культурные, идеологические, научно-технические. От взаимодействия участников или авторов зависят межгосударственные и межпартийные отношения между транснациональными корпорациями и другими международными организациями.

Специалисты классифицируют разные уровни международных отношений по двум критериям. Так, в зависимости от степени развития и интенсивности каждого из видов определяют высокий, низкий или средний уровни. А, к примеру, на основе геополитического критерия выделяют глобальный или планетарный, региональный (европейский,

азиатский и т. п.), субрегиональный (страны Центрально-Восточной Европы) уровни международного взаимодействия. Классификация современных теорий международных отношений зависит от таких основных критериев.

Первая классификация — по географическому критерию — выделяет четыре вида концепций:

- 1) англосаксонские, советские, китайские;
- 2) теоретические построения ученых — представителей стран “третьего мира”.

Вторая классификация — по степени общности анализируемых теорий — выделяет глобальные концепции (политический реализм и философия истории), частичные теоретические конструкции (бихевиоризм). Среди последних называют теории международных факторов, международных организаций, стратегии конфликтов и исследования мира, а также интеграции.

Третья классификация — основополагающим является метод исследования международной проблематики — в анализе международных отношений уделяется внимание традиционному и модернистскому или “научному” направлениям.

Четвертая классификация — по степени важности проблем теории международной политики — называет существующие в политической теории природы международных отношений и концепции содержания современной международной политики. Именно такой классификации придерживаются, например, В. Мадиссон и В. Шахов в руководстве “Политология международных отношений”.

Пятая классификация — по целому ряду комплексных критериев — выделяет разные подходы [2; 7].

Отметим, что мировая экономика — это сложная, подвижная система, которая постоянно изменяется. В современных условиях процесс интернационализации и глобализации производительных сил, в основе которого лежит переплетение предпринимательского капитала, достиг нового уровня развития.

Впервые термин “глобализация” появился в американской прессе в начале 80-х го-

дов в статье Т. Левитта в “Harvard Business Review”. Он называл это новым явлением в процессе слияния рынков отдельных продуктов, которые производят транснациональные корпорации. Следует отметить, что прежде подобное слияние было невозможным в силу недостаточного развития информационных потенциалов корпораций. Примечательным является то, что термин “глобализация” появился, во-первых, в области экономики, в частности, на базе изучения новых явлений и международных финансовых операций в деятельности крупнейших корпораций; во-вторых, в связи с использованием новых информационно-коммуникационных систем в финансово-банковской и производственной деятельности.

“Глобализация” выступает ключевой категорией “экономического структурализма”. Она рассматривается не только как следствие стратегии крупных корпораций, но и как естественный процесс развития факторов производства. Поскольку процессы глобализации в условиях современной технологической революции являются объективными законами развития, объясняя “некорректность” постановки вопроса об их регулировании, “Новая политэкономия” еще более усиливает указанные положения. Рассуждения и выводы сторонников “новой политической экономии” международных отношений говорят о необходимости “деполитизации” современных экономических процессов. Представители этой школы — Р. Палан, А. Крюгер, Д. Колландер и др. считают, что государственное регулирование национальной экономики — это в своей основе иррациональный процесс, который должен заменить рынок или саморегулирование. Как следствие, роль государства сосредоточится на чисто представительских функциях, ослабнет база межгосударственных конфликтов и произойдет деполитизация международных экономических отношений [8].

По мнению упомянутых ученых, глобальная либерализация должна быть распростра-

нена на универсальной основе, а если понадобится, то и с использованием силы, при этом возможности государства в данном случае не исключаются. Сторонники этой доктрины рассматривают современные возможности международных организаций типа ВТО, МВФ, ВБ и др. для откровенного навязывания концепций неолиберализма и международного монетаризма тем странам, которые проявляют определенную осторожность в выборе экономической политики, основанной на этих идеях, хотя неолиберализм практически покорил весь экономический мир.



Литература

1. *Мировая экономика: Учеб. пособие* / Е. Г. Гужва, М. И. Лесная, А. В. Кондратьев, А. Н. Егоров; СПбГА-СУ. — СПб., 2009. — 116 с.
2. *Парахонський Б. О. Південні дивіденди. Сучасна політична ситуація на Близькому Сході та стратегічні інтереси України* / Б. О. Парахонський // *Політика і час*. — 2008. — № 10. — С. 43–51.
3. *Зубаренко І. Україно-єгипетські стосунки: деякі підсумки і перспективи розвитку* / І. Зубаренко // *Україна — країни Сходу: від діалогу педагогічних систем до діалогу культур та цивілізацій: матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф.* — К.: Фенікс, 2008. — С. 48–55.
4. *Євтушенков В. П. Після затишшя: Україна та арабський світ на новому етапі* / В. П. Євтушенков. — К., 2009. — 220 с.
5. *Марков К. В. Сущность “исламского возрождения” в современном мире и процессы эволюции общественно-политической системы ИРИ* / К. В. Марков; отв. ред. Н. М. Мамедова, Мехди Санаи // *Иран: ислам и власть*. — М.: ИВ РАН, Изд-во “Крафт+”, 2006. — С. 215–222.
6. *Нариси з історії дипломатії України* / О. І. Галенко та ін.; відпов. ред. В. А. Смолій. — К.: Вид. дім. “Альтернативи”, 2001. — 736 с.
7. *Ситенко Г. Ісламська банківська справа* / Г. Ситенко // *Акт. пробл. міжнар. відносин: зб. наук. пр.* — Ч. II. — К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т міжнар. відносин, 2005. — Вип. 29. — С. 246–252.
8. *Уровень мирового микро и макроанализа* // *Сайт Мировая экономика*. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://wmglobys.ru/uroven-mirovogo-mikro-i-makroanaliza/> / Опубликовано 31.03.2013

Исходя из комплексных критериев, следует выделить и проанализировать такие основные понятия, как “международные отношения” и “глобализация”. Однако всеми субъектами международных отношений должно учитываться то, что существует значительное количество взаимообусловленных факторов в системе международных отношений. К таким факторам можно отнести географические, идеологические, национальные, религиозные, научно-технические, экономические, военные и т. д. А сам процесс глобализации выступает ключевой категорией “экономического структурализма”.

З огляду на комплексні критерії, слід виокремити і проаналізувати такі основні поняття, як “міжнародні відносини” і “глобалізація”. Однак всіма суб'єктами міжнародних відносин має враховуватися те, що існує значна кількість взаємозумовлених факторів у системі міжнародних відносин. До таких факторів можна віднести географічні, ідеологічні, національні, релігійні, науково-технічні, економічні, воєнні тощо. А сам процес глобалізації виступає ключовою категорією “економічного структуралізму”.

Based on complex criteria, it is necessary to identify and analyze such concepts as “international relations” and “globalization”. However, all actors of international relations should be taken into account that there are many interdependent factors in the system of international relations. Such factors may include geographic, ideological, ethnic, religious, scientific, technological, economic, military, etc. And the process of globalization is a key category of “economic structuralism”.

Надійшла 12 грудня 2014 р.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У БІЗНЕС-ПЛАНУВАННІ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 192–200

Виділено основні методи кількісної та якісної оцінки ризиків зовнішньоекономічної діяльності підприємства при бізнес-плануванні, передбачено зміст ризикоутворюючих розділів та їх складових і запропоновано загальний алгоритм оцінки та мінімізації ризиків, розроблений на основі аналізу наукової літератури.

Актуальні процеси глобалізації зумовлюють необхідність економіки нашої держави якнайшвидше інтегруватися до міжнародного економічного простору. Міжнародна інтеграція здійснюється на принципах та у формах, що реалізуються у процесі функціонування зовнішньоекономічних зв'язків, а саме: торгівля товарами і послугами, спільне підприємництво, міжнародне економічне співробітництво.

В умовах ринкової економіки успіх будь-якої справи, в тому числі і виходу підприємства з новим товаром або послугою на внутрішній чи зовнішній ринок, неможливий без повного і чіткого уявлення про перспективи підприємницької справи, без розробки надійних орієнтирів і реального плану дій щодо початку свого бізнесу, ефективної організації виробництва і просування продуктів на ринок, отримання прибутків, зменшення ризику і перемоги у конкурентній боротьбі.

Вбачається доцільним при складанні бізнес-планів аналізувати ризики і виділяти ті з них, які особливо важливі для бізнес-проєкту, виявити можливий негативний вплив цих ризиків на реалізацію, та вжити заходів, за допомогою яких вдасться їх зменшити.

Теоретичні і практичні аспекти оцінки ризиків підприємств-суб'єктів ЗЕД досліджу-

вали не лише відомі зарубіжні, а й вітчизняні науковці. Проблеми оцінки підприємницьких ризиків розглядали у своїх працях: І. Бузько, Г. Вербицька, О. Верес, В. Вітлінський, В. Власова, І. Зайцева, А. Камінський, Ю. Коцюба, В. Лук'янова, А. Матвійчук, Л. Маханець, С. Наконечний, Р. Пікус, А. Харко, О. Шарапова, Б. Шевчик та ін.

Проте, незважаючи на велику кількість наукових праць, у яких досліджується проблематика управління економічними ризиками, положення теоретико-методологічного забезпечення та вирішення практичних завдань щодо обґрунтування методів управління ризиками у ЗЕД підприємств залишаються недостатньо дослідженими. Тому виникає потреба в поглибленому вивченні та обранні належних інструментів впливу на процеси мінімізації ризиків ЗЕД вітчизняних підприємств.

Ризики в контексті ЗЕД є обставинами, що можуть сприяти виявленню причин нездійснення зовнішньоекономічної угоди підприємства. Для того щоб підприємство мало змогу аналізувати істотність того чи іншого чинника ризику і достатність вжитих запобіжних заходів, ризик повинен бути виражений у самостійних показниках. За загальну характеристику ризику приймається рівень

ризиків зовнішньоекономічної угоди, що у результаті відповідного спеціального дослідження виражається кількісним показником рівня ризику.

Загальний концептуальний підхід до управління та оцінки ризиків бізнес-планування ЗЕД полягає у виявленні можливих наслідків здійснення зовнішньоекономічних операцій підприємств, а також реалізації такої системи оцінювання ризиків, яка дає можливість своєчасно виявляти негативні ймовірні результати і максимально використовувати шанси на одержання високого доходу від економічної діяльності. Але обов'язковим для аналізу таких видів ризиків є дотримання загального процесу оцінки, який дає змогу виявити не тільки ризики ЗЕД, а й внутрішні ризики, що можуть істотно вплинути на результати діяльності підприємства.

Одним з основних принципів оцінки ризику бізнес-планування є принцип багатоваріантності, що передбачає розгляд значної кількості різних варіантів проекту при розробці бізнес-плану. У найпростішому випадку це три варіанти: оптимістичний, песимістичний і найбільш вірогідний. Цей принцип може бути покладено в основу оцінки ризику проекту в цілому.

Оцінка ризику ЗЕД є сукупністю регулярних процедур аналізу ризику та будується на загальному вивченні економічної діяльності підприємства і середовища його функціонування на предмет джерел ризику, аналізі зовнішніх і внутрішніх чинників ризику, визначенні показників оцінки рівня ризику, а також у встановленні механізмів і моделей взаємозв'язку показників і чинників ризику.

У практичній діяльності підприємств важливе значення мають підходи до вимірювання ризиків економічної діяльності. При цьому основними є якісна та кількісна оцінка ризику.

За допомогою якісних методів оцінки ризиків здійснюється:

- виявлення зовнішньоекономічних ризиків, властивих реалізації передбаченого рішення;
- визначення кількісної структури ризиків;

- виявлення найбільших ризикових регіонів у розробленому алгоритмі прийнятого рішення.

Головне завдання цих методів полягає у встановленні потенційних сфер ризику [3].

Методи якісного аналізу можна розділити на чотири групи:

- 1) методи, що ґрунтуються на аналізі наявної інформації;
- 2) методи збору нової інформації;
- 3) методи моделювання діяльності організації;
- 4) евристичні методи якісного аналізу.

Якісна оцінка економічного ризику є необхідною передумовою для його кількісного виміру. На основі такої оцінки можливе формування цілей, завдань і засад підприємства, через призму яких розглядаються прояви ризику та визначаються реальні шляхи запобігання, мінімізації чи уникнення ризику. Підсумкові результати якісного аналізу ризику, у свою чергу, є вихідною інформацією для проведення кількісного аналізу [1, 4].

Кількісна оцінка економічного ризику ґрунтується на результатах якісної оцінки, тобто має відображати діалектичну об'єктивно-суб'єктивну структуру ризику і виражається у кількісному обчисленні міри впливу окремих ризикоутворюючих чинників.

Кількісні методи оцінки підприємницьких ризиків та їх застосування ґрунтуються на базі даних, отриманих при якісній оцінці, тобто оцінюються тільки ті ризики, які присутні при здійсненні конкретної операції. При кількісному аналізі ризику необхідно визначити розмір (ступінь) як окремих ризиків, так і ризику проекту в цілому.

Ступінь ризику — це ймовірність настання випадку втрат, а також розмір можливих збитків від нього.

Ймовірність кожного типу ризиків і збитки, що викликаються ними, різні, тому необхідно їх спрогнозувати, і, за можливості, розрахувати. Способи розрахунку різноманітні і описані в літературі [2, 4–6].

При кількісній оцінці ризиків підприємства здебільшого застосовують такі методи: статистичний аналіз; аналітичний та нормативний методи; метод експертних оцінок та

метод аналізу чутливості; метод аналізу ризику з використанням дерева рішень; метод аналогій [5, 6] (табл. 1).

Для українських підприємств, що функціонують в умовах нестабільного зовніш-

нього середовища, концепція оцінки ризиків ЗЕД не може ґрунтуватися на класичних принципах. Особливу увагу у розробці бізнес-плану ЗЕД повинно бути приділено методам компенсації та зниження ризиків,

Таблиця 1

Характеристика методів кількісної оцінки ризиків

| Методи кількісної оцінки ризиків | Характеристика методу кількісної оцінки | Умови застосування | Точність оцінки | Витрати |
|---|---|--|------------------------|----------------|
| Метод аналогій | Передбачає використання даних про аналогічні проекти, які виконувалися у порівнянних умовах | Наявність аналогів | Невисока | Середні |
| Метод аналізу чутливості | Полягає у виявленні чутливості оціночних показників проекту при зміні значень вхідних величин. Він передбачає ізольовану зміну значення окремих чинників і визначення нового кінцевого фінансового результату проекту в разі зміни кожного його чинника | Наявність детальних відомостей про проект | Середня | Незначні |
| Нормативний метод | Ґрунтується на використанні системи фінансових коефіцієнтів. Фактичні значення коефіцієнтів, розраховані для конкретного підприємства, порівнюють з нормативними значеннями | Відомі основні фінансові показники діяльності | Невисока | Незначні |
| Метод експертних оцінок | Оцінка ризику виконується на основі суб'єктивних думок експертів-фахівців у конкретній галузі діяльності | Дефіцит інформації | Невисока | Значні |
| Метод фінансової стійкості | Залежить від ефективного управління фінансовими ресурсами і дає можливість визначити фінансові можливості підприємства в майбутньому | Відомий баланс підприємства | Середня | Незначні |
| Метод побудови дерева рішень | Розглядає різні варіанти рішення, які можуть бути прийняті у вигляді гілок дерева. Для кожного варіанта рішення зображуються можливі наслідки | Відомі чинники ризику | Висока | Значні |
| Аналітичний метод | Передбачає використання традиційних показників, які застосовуються при оцінці ефективності інвестиційних та інноваційних проектів. Порівнюючи значення перелічених показників альтернативних проектів, визначають їх ступінь ризику | Наявність детальних відомостей про проект або вид діяльності | Середня | Незначні |
| Статистичний метод | Становить кількісні оцінки економічного ризику за допомогою методів математичної статистики | Відомі дані про минулі періоди господарювання | Середня | Незначні |

тобто запобігання несприятливих подій або послаблення їх негативного ефекту задля скорочення ймовірності та обсягу втрат.

Для зниження ступеня ризику застосовуються різні прийоми. Найбільш поширеними є: диверсифікація, страхування, лімітування, самострахування, розподіл ризику [3].

До конкретних заходів зниження виробничих ризиків можна віднести дієвий контроль за перебігом виробничого процесу і посилення впливу на постачальників шляхом їх диверсифікації та дублювання, застосування імпортозамінних комплектуючих, та інші заходи.

Важливим чинником зниження ризиків, пов'язаних із форс-мажорними обставинами,

є робота підприємства з достатнім запасом фінансової міцності.

Розглянемо один із варіантів приблизного переліку простих ризиків, що враховуються у бізнес-плануванні ЗЕД. Ризики доцільно поділити на прості та складні. При цьому складні (складені) ризики є об'єднанням простих, а прості ризики визначаються повним переліком непересічних подій, тобто кожна з них розглядається як незалежна від інших.

У табл. 2–7 представлені приблизні переліки простих ризиків на прикладі стадій виробничого проекту: підготовчої, спорудження і функціонування (об'єкта виробництва).

Таблиця 2

Підготовча стадія

| Види ризиків | Негативний вплив на очікуваний прибуток від реалізації проекту | Методи компенсації ризику |
|--|---|---|
| Віддаленість від транспортних вузлів | Додаткові витрати на створення під'їзних шляхів, підвищені експлуатаційні витрати | Диверсифікація поставок, розширення складу постачальників |
| Віддаленість від інженерних мереж | Додаткові капітальні вкладення на підведення електроенергії, тепла, води | Створення фінансових резервів або підготовка "гарячих кредитних ліній" на випадок непередбачених витрат |
| Відношення місцевої влади | Можливість введення ними додаткових обмежень, що ускладнюють реалізацію проекту | Завчасна розробка системи функціонування підприємства в умовах пошуку альтернативних варіантів |
| Доступність підрядників на місці | Небезпека завищення вартості робіт через монопольне становище підрядника | Розширення і підтримка особистих контактів з підрядниками |
| Наявність альтернативних джерел сировини | Небезпека завищення цін при монопольному становищі підрядника | Прогнозування галузевої (для підрядників) динаміки цін |

Таблиця 3

Стадія спорудження

| Прості ризики | Негативний вплив на очікуваний прибуток | Методи компенсації ризику |
|-----------------------------|--|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Платоспроможність замовника | Збільшення обсягу позикових коштів і зниження чистого прибутку через виплати відсотків | Завчасна підготовка кредитних ліній на випадок необхідності передоплати |

Закінчення табл. 3

| 1 | 2 | 3 |
|--|---|---|
| Непередбачені витрати, в тому числі через інфляцію | Збільшення обсягу позикових коштів | Створення фінансових резервів або підготовка "гарячих кредитних ліній" на випадок непередбачених витрат |
| Недоліки проектно-дослідницьких робіт | Зростання вартості будівництва, затягування з уведенням потужностей | Завчасна розробка системи функціонування підприємства в умовах пошуку альтернативних постачальників |
| Несвоєчасна поставка комплектуючих | Збільшення термінів будівництва, виплата штрафів підряднику | Створення страхових запасів вихідних матеріалів |
| Недобросовісність підрядника | Збільшення термінів будівництва | Залучення традиційних підрядників у діяльність підприємства шляхом укладення договорів щодо розподілу ризиків |

Таблиця 4

Стадія функціонування: фінансово-економічні ризики

| Прості ризики | Негативний вплив на прибуток | Методи компенсації ризику |
|--|---------------------------------------|---|
| Нестійкість попиту | Падіння попиту із зростанням цін | Прогнозування галузевої динаміки цін |
| Поява альтернативного продукту | Зниження попиту | Диверсифікація капіталовкладень між різноманітними видами діяльності |
| Зниження цін конкурентами | Зниження цін | Прогнозування галузевої динаміки цін |
| Збільшення виробництва у конкурентів | Падіння продажів або зниження цін | Зовнішнє страхування ризику (хеджування продажів) |
| Зростання податків | Зменшення чистого прибутку | Зовнішнє страхування ризику (хеджування продажів) |
| Платоспроможність споживачів | Падіння продажів | Прогнозування галузевої динаміки цін |
| Зростання цін на ПММ | Зниження прибутку через зростання цін | Прогнозування галузевої динаміки цін; зовнішнє страхування ризику (хеджування закупок) |
| Залежність від постачальників, відсутність альтернатив | Зниження прибутку через зростання цін | Зовнішнє страхування ризику (хеджування закупівель); здобуття додаткової інформації (щодо постачання) |
| Нестача обігових коштів | Збільшення кредитів | Завчасна підготовка кредитних ліній на випадок необхідності передоплати |

Таблиця 5

Стадія функціонування: соціальні ризики

| Прості ризики | Негативний вплив на прибуток | Методи компенсації ризику |
|---|---|--|
| Труднощі із набором кваліфікованої робочої сили | Плинність кадрів, зниження продуктивності | Залучення до співпраці кадрових агентств |
| Загроза страйку | Штрафи за порушення договорів | Здобуття додаткової (внутрішньої) інформації |
| Відношення місцевої влади | Додаткові витрати на виконання їх вимог | Розширення і підтримка особистих контактів з представниками місцевої влади |
| Недостатній рівень зарплати | Плинність кадрів, зниження продуктивності | Прогнозування галузевої (для робітників) динаміки зарплати; створення фінансових резервів на випадок непередбачених витрат |
| Кваліфікація кадрів | Зростання не виробничих витрат | Створення фінансових резервів або підготовка “гарячих кредитних ліній” на випадок непередбачених витрат; вертикальна інтеграція “вниз” і квазіінтеграція (об’єднання окремих функцій управління) |
| Соціальна інфраструктура | Зниження ритмічності, збільшення аварій | Завчасна розробка системи функціонування підприємства в умовах пошуку альтернативних варіантів |

Таблиця 6

Стадія функціонування: технічні ризики

| Прості ризики | Негативний вплив на прибуток | Методи компенсації ризику |
|---------------------------------|--|---|
| Зношеність обладнання | Збільшення проектів і витрат на ремонт | Створення фінансових резервів або підготовка “гарячих кредитних ліній” на випадок непередбачених витрат |
| Нестабільність якості сировини | Зменшення обсягу виробництва через переналагодження обладнання, зниження якості продукту | Створення страхових запасів вихідних матеріалів |
| Недостатня надійність | Збільшення витрат на освоєння, зниження обсягів виробництва | Здобуття додаткової інформації щодо завчасної перепідготовки кадрів (тренінги) |
| Новизна технологій | Збільшення аварійності технологій | Здобуття додаткової інформації щодо завчасної перепідготовки кадрів (тренінги) |
| Відсутність резерву потужностей | Неможливість покриття пікового попиту, втрати виробництва при аваріях | Створення страхових запасів вихідних матеріалів |

Стадія функціонування: екологічні ризики

| Прості ризики | Негативний вплив на прибуток | Методи компенсації ризику |
|--------------------------------------|--|---|
| Ймовірність залпових викидів | Збільшення непередбачених витрат | Зовнішнє страхування ризику |
| Викиди в атмосферу і скидання в воду | Витрати на очисне обладнання | Створення фінансових резервів або підготовка "гарячих кредитних ліній" на випадок непередбачених витрат |
| Близькість населеного пункту | Збільшення витрат на очисні споруди та екологічну експертизу проекту | Здобуття додаткової інформації щодо завчасної підготовки проекту |
| Шкідливість виробництва | Зростання експлуатаційних витрат | Здобуття додаткової інформації щодо завчасної підготовки проекту |
| Складування відходів | Збільшення собівартості | Прогнозування галузевої динаміки щодо характерних витрат |

Оцінка ризику може проводитися окремо для кожної стадії проекту і для всього проекту в цілому.

Оцінка ймовірності настання ризику здійснюється методом експертних оцінок. Для проведення цієї роботи надається перелік простих ризиків проекту і оцінюється ймовірність їх настання відповідно до наступної системи оцінок:

1 — ризик розглядається як несуттєвий;

2 — ризик, швидше, не реалізується;

3 — про настання події нічого певного сказати не можна;

4 — ризик, швидше, виявиться;

5 — ризик напевно реалізується.

Результати прикладу розрахунків подано у табл. 8.

Ризики реалізації бізнес-проекту ЗЕД

| Ризики — $S_i, 1 \leq i \leq 5$ | Негативний вплив на прибуток | Вага групи пріоритету $WQ_i = S_i/n$ |
|--|---|--------------------------------------|
| 1 | 2 | 3 |
| S_5 — зростання цін на ПММ S_3 — зношеність парку машин S_3 — нестача обігових коштів S_4 — непередбачені витрати, у тому числі через інфляцію | Зниження прибутку через зростання цін Збільшення витрат на ремонт Зниження прибутку через поповнення оборотних коштів Збільшення обсягу позикових коштів | $WQ_1 = (5 + 3 + 3 + 4) / 4 = 4$ |
| S_2 — ставлення місцевої влади S_2 — недостатній рівень зарплати S_2 — кваліфікація кадрів S_1 — платоспроможність споживачів S_3 — зростання податків | Додаткові витрати на виконання їх вимог Плинність кадрів Зниження ритмічності, збільшення аварій Падіння прибутку Зменшення чистого прибутку | $WQ_2 = (2 + 2 + 2 + 1 + 3) / 5 = 2$ |

| 1 | 2 | 3 |
|---|--|----------------------------------|
| S_1 — несвоєчасна поставка комплектуючих S_1 — несумлінність підрядника S_2 — залежність від постачальників, відсутність альтернатив S_1 — недоліки проектно-вишукувальних робіт | Збільшення терміну введення потужностей, виплата штрафів підряднику Збільшення термінів введення потужностей Зниження прибутку через зростання цін Зростання вартості будівництва, затягування із введенням потужностей | $WQ_3 = (1 + 1 + 2 + 1) / 4 = 1$ |

Примітка. Кількість ризиків — n . Бальна оцінка ризику — S_i . Число груп пріоритетів Q_i — 3. Зроблено припущення, що перший пріоритет у 4 рази вагомий за третій.

Таким чином, виокремлюють групи пріоритетних ризиків та низку відповідних заходів щодо їх профілактики та нейтралізації.

Загальну оцінку ризику проекту пропонується розрахувати за формулою (1), оцінити загальну суму кількості балів усіх окремо обраних ризиків:

- < 25 — проект розглядається як не ризиковий;
- < 50 — ризик проекту, швидше, не реалізується;
- < 75 — область підвищеного ризику;
- < 100 — ризик проекту, швидше, реалізується;
- > 100 — проект напевно виявиться ризиковим.

$$P_i = \sum S_i, \quad (1)$$

де P_i — вірогідність загального ризику проекту; S_i — бальна оцінка простого ризику.

Результати прикладу розрахунку загальної оцінки ризику проекту:

$$P_i = 5 + 3 + 3 + 4 + 2 + 2 + 2 + 1 + 3 + 1 + 1 + 2 + 1 = 30.$$

Загальна оцінка ризику проекту 30 балів, що свідчить про нижче, ніж середній стан ризиковості цього проекту.

Для більш точної оцінки імовірності настання подій, що пов'язані з кожним простим ризиком, рекомендується використання думки експертів. Кожному експерту, який працює окремо, надається перелік первинних ризиків та пропонується оцінити імовірність їх настання. У такому випадку використовується формула (2):

$$P_i = \frac{\sum S_i}{E_n}, \quad (2)$$

де P_i — імовірність загального ризику проекту; S_i — бальна оцінка простого ризику; E_n — кількість експертів.

На закінчення зазначимо, що спільними в господарській практиці є три основні принципи зниження ризику:

- не ризикувати більше, ніж дозволяє власний капітал;
- не забувати про наслідки ризику;
- не ризикувати великим заради малого.



Література

1. Матвійчук А. В. Аналіз і управління економічним ризиком / А. В. Матвійчук. — К.: Центр навч. літ., 2005. — 347 с.
2. Вітлінський В. В., Наконечний С. І., Шарапов О. Д. Економічний ризик і методи його вимірювання. — К.: ІЗМН, 1996. — 336 с.
3. Вічевич А. М., Максимець О. В. Аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посіб. — Л.: Афіша, 2004. — 140 с.
4. Вербицька Г. Л. Оцінка економічного ризику / Г. Л. Вербицька // Актуальні проблеми економіки. — 2004. — № 4. — С. 129–136.
5. Лук'янова В. В. Економічний ризик / В. В. Лук'янова, Т. В. Головач. — К.: Академвидав, 2007. — 464 с.
6. Верес О. М. Ігрове імітаційне моделювання при управлінні підприємством в умовах ризику / О. М. Верес, О. О. Коць // Інформаційні системи та мережі. Вісн. Нац. ун-ту "Львівська політехніка". — 2006. — № 561. — С. 76–85.

Програма управління ризиками у зовнішньоекономічній діяльності передбачає: ідентифікацію можливих зовнішньоекономічних ризиків та способи мінімізації економічних втрат, пов'язаних з ризиками. Удосконалена система оцінювання ризиків ЗЕД та врахування їх у плануванні ЗЕД дає змогу підвищити точність бізнес-плану, оскільки враховуються практично всі групи чинників ризику, які можуть позитивно чи негативно вплинути на ЗЕД підприємства. Ретельно розроблена програма управління зовнішньоекономічними ризиками і кваліфікована її реалізація дає можливість планувати і здійснювати ефективні заходи з усунення чи мінімізації ризиків у ЗЕД.

Программа управления рисками во внешнеэкономической деятельности предполагает: идентификацию возможных внешнеэкономических рисков и способы минимизации экономических потерь, связанных с рисками. Усовершенствованная система оценки рисков ВЭД и учета их в планировании ВЭД позволяет повысить точность бизнес-плана, поскольку учитываются практически все группы факторов риска, которые могут положительно или отрицательно повлиять на ВЭД предприятия. Тщательно разработанная программа управления внешнеэкономическими рисками и квалифицированная ее реализация позволяет планировать и осуществлять эффективные меры по устранению или минимизации рисков в ВЭД.

The program of risk management in foreign economic activity includes: identification of possible foreign risks and ways to minimize economic losses related risks. Improved risk assessment and consideration of FEA in planning FEA allows to increase the accuracy of the business plan, as captured almost all of the risk factors that can positively or negatively affect the FEA company. Carefully designed external economic risk management program and its implementation allows qualified to plan and implement effective measures to eliminate or minimize the risks of international business activity.

Надійшла 16 грудня 2014 р.

БАГАТОФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 201–207

Досліджується методичний підхід щодо застосування багатофакторного аналізу оцінки господарської діяльності машинобудівних підприємств у постійно змінюваних умовах зовнішнього середовища.

Довгострокова та стійка ефективна діяльність промислового підприємства є досить багатограним та складним поняттям. Для оцінки необхідно дослідити кілька факторів (критеріїв), тому основною тенденцією наукових досліджень є розробка багатофакторних (багатокритеріальних) моделей різної природи, з певними інтегральними показниками ефективності діяльності підприємств та їх продукції, переважно зі стохастичною детермінованою структурою.

Існує велика кількість розроблених моделей, в яких автори обґрунтовують ті чи інші показники (фактори), що використовуються для розрахунку інтегрального показника. Але можна зробити висновок про те, що розглянуті підходи не зовсім задовольняють сучасним потребам підтримки прийняття рішень на підприємствах, що потребує розробки нових, які б були достатньо формалізовані та об'єктивними щодо оцінки ефективності діяльності підприємства.

Проблемам оцінки господарської діяльності підприємств присвячено працю чималої кількості вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких можна відмітити Г. М. Скударя, Н. П. Гончарову, О. Б. Чернегу, А. Е. Воронкову, Н. Н. Лепу, Ю. Б. Іванова, І. В. Нижник, М. Портера, Д.-С. Чо та Х.-Ч. Муна та ін. [1–9].

На основі проведеного аналізу літератури можна констатувати, що існують три основні

підходи до оцінки ефективності діяльності підприємств за допомогою групи коефіцієнтів.

1. Підхід, заснований *на оцінці активів*, надає особливе значення внутрішнім активам підприємства: людським ресурсам, організаційній структурі, корпоративній культурі, технологіям і ресурсам, нематеріальним активам, репутації. В цьому випадку ефективність вимірюється з точки зору якості різних активів підприємства.

2. Підхід, заснований *на процесах*, розглядає ефективність діяльності підприємства як функцію від результативності реалізації на підприємстві процесів: стратегічного менеджменту, управління людськими ресурсами і талантами, впровадження і використання інновацій, управління якістю, а також операційних, маркетингових процесів і процесів розвитку. В рамках цього підходу вважається, що джерелом ефективності підприємства та економіки є безперервне вдосконалення процесів та ефективний контроль їх якості.

3. Підхід, заснований *на результатах*. У межах цього підходу припускається, що ефективність підприємства знаходить прояв, головним чином, у результатах його господарської діяльності, а управління ефективністю має бути спрямоване на досягнення цих результатів.

Основними параметрами виступають продуктивність, частка ринку, прибуток, вартість

компанії та ін. У цьому випадку вважається, що внутрішні фактори не можуть достатньо об'єктивно охарактеризувати ефективність підприємства.

Разом з тим більшість моделей в межах наведених трьох підходів мають певні недоліки, що пов'язані, по-перше, з недостатнім урахуванням особливостей підприємств машинобудівної галузі, а по-друге, зосереджуються лише на одній грані ефективності, приділяючи недостатньо уваги всім іншим.

Запропонуємо методичний підхід щодо застосування багатофакторного аналізу оцінки господарської діяльності машинобудівних підприємств у постійно змінюваних умовах зовнішнього середовища.

Ефективність виробництва промислового підприємства пропонується визначати на основі узагальнюючого коефіцієнта продуктивності праці промислового підприємства, що визначається як співвідношення валової доданої вартості, створеної даним господарюючим суб'єктом, до його середньооблікової кількості працівників в еквіваленті їх повної зайнятості за період (рік). Узагальнюючий показник визначається за формулою:

$$K_{\text{ПП}} = \frac{\text{ВДВ}}{\text{КП}}, \quad (1)$$

де ВДВ – валова додана вартість, тис. грн; КП – середньооблікова кількість усіх працівників в еквіваленті повної зайнятості за період (рік), осіб.

На основі валової доданої вартості, що визначається як сума загальних витрат на оплату праці, відрахувань на соціальні заходи, амортизації та прибутку від операційної діяльності, які створюються промисловим підприємством, вибудовується багатофакторний тривірневий аналіз ефективності господарської діяльності промислового підприємства.

Перший рівень представлений узагальнюючим коефіцієнтом продуктивності праці промислового підприємства, відповідно, його значення є сумою значень коефіцієнта витрат на оплату праці (К_{ВОП}), коефіцієнта відрахувань на соціальні заходи (К_{ВСЗ}), коефіцієнта відрахувань на амортизацію (К_А) та

коефіцієнта операційного прибутку промислового підприємства (К_П).

$$K_{\text{ПП}} = K_{\text{ВОП}} + K_{\text{ВСЗ}} + K_{\text{А}} + K_{\text{П}}. \quad (2)$$

На рівні оцінки продуктивності праці до багатофакторного аналізу пропонується ввести чотири коефіцієнти, що є складовими загального коефіцієнта продуктивності праці промислового підприємства, а саме:

1. Коефіцієнт витрат на оплату праці (К_{ВОП}), який є відношенням загальної кількості витрат на оплату праці до середньооблікової кількості працівників промислового підприємства, що визначається за формулою:

$$K_{\text{ВОП}} = \frac{\text{ВОП}}{\text{КП}}. \quad (3)$$

2. Коефіцієнт відрахувань на соціальні заходи (К_{ВСЗ}), який є відношенням відрахувань на соціальні заходи до середньооблікової кількості працівників промислового підприємства, що визначається за формулою:

$$K_{\text{ВСЗ}} = \frac{\text{ВЗС}}{\text{КП}}. \quad (4)$$

3. Коефіцієнт відрахувань на амортизацію (К_А), який є відношенням амортизаційних відрахувань до середньооблікової кількості працівників промислового підприємства, що визначається за формулою:

$$K_{\text{А}} = \frac{\text{А}}{\text{КП}}. \quad (5)$$

4. Коефіцієнт операційного прибутку промислового підприємства (К_П), який є відношенням загального обсягу прибутку від операційної діяльності до середньооблікової кількості працівників промислового підприємства, що визначається за формулою:

$$K_{\text{П}} = \frac{\text{П}}{\text{КП}}. \quad (6)$$

Виявленню основних факторів, що позитивно чи негативно впливають на продуктивність праці промислового підприємства, а також якісні (інтенсивні) чи кількісні (екстенсивні) чинники вплинули на узагальнюючий коефіцієнт ефективності господарської діяльності промислового підприємства, до-

поможе дослідження доданої вартості за кожним компонентом окремо.

На $K_{\text{ВОП}}$ впливають два фактори: витрати на оплату праці та чисельність найманих працівників.

Вплив зміни обсягу витрат на оплату праці на зміну коефіцієнту витрат на оплату праці визначається за наступною формулою:

$$\Delta K_{\text{ВОП(ВОП)}} = \frac{\text{ВОП}_1 - \text{ВОП}_0}{\text{КП}_1}. \quad (7)$$

Вплив зміни чисельності працівників на зміну коефіцієнта витрат на оплату праці визначається за наступною формулою:

$$\Delta K_{\text{ВОП(КП)}} = \frac{\text{ВОП}_0}{\text{КП}_1} - \frac{\text{ВОП}_1}{\text{КП}_0}. \quad (8)$$

Сума змін кожного з факторів має відповідати різниці досліджуваного коефіцієнта, що підтверджує вірність проведених розрахунків.

$$\Delta K_{\text{ВОП(ВОП)}} + \Delta K_{\text{ВОП(КП)}} = K_{\text{ВОП1}} - K_{\text{ВОП0}}. \quad (9)$$

Визначення питомої ваги впливу зміни обсягу витрат на оплату праці та питомої ваги впливу зміни чисельності працівників дає можливість охарактеризувати сценарій розвитку промислового підприємства за певний період. Зміни чисельності працівників свідчать про кількісні зміни — екстенсивний шлях розвитку, а зміни обсягів оплати праці відображають якісні зміни — інтенсивний варіант.

Питома вага впливу зміни обсягу витрат на оплату праці визначається за формулою:

$$d\Delta K_{\text{ВОП(ВОП)}} = \frac{\Delta K_{\text{ВОП(ВОП)}}}{\Delta K_{\text{ВОП}}} \cdot 100 \%. \quad (10)$$

Питома вага впливу зміни чисельності працівників визначається за формулою:

$$d\Delta K_{\text{ВОП(КП)}} = \frac{\Delta K_{\text{ВОП(КП)}}}{\Delta K_{\text{ВОП}}} \cdot 100 \%. \quad (11)$$

Коефіцієнт витрат на соціальні заходи взаємопов'язаний з коефіцієнтом витрат на оплату праці, тому що значний обсяг витрат на соціальні заходи є відрахування з заробітної плати найманих працівників.

Його питома вага у загальному коефіцієнті є досить стабільною та істотно впливає

на комплексний коефіцієнт продуктивності праці. На $K_{\text{ВСЗ}}$ впливають два фактори: витрати на соціальні заходи та чисельність найманих працівників.

Оцінка впливу факторів за коефіцієнтом витрат на соціальні заходи, коефіцієнта відрахувань на амортизацію та коефіцієнта прибутковості промислового підприємства проводиться аналогічно проведеній оцінці коефіцієнта витрат на оплату праці.

Зростання обсягів витрат на соціальні заходи, їх питомої ваги щодо валової доданої вартості, а також їх співвідношення до витрат на оплату праці, необхідно враховувати баланс інтересів між власником і державою.

Якщо розглянути витрати на заробітну плату та витрати на соціальні заходи, роботодавець може сприймати їх як валову оплату праці найманого працівника. Частина безпосередньо сплачується робітнику, а інша — спрямовується до спеціальних фондів, враховуючи глобальність сучасного бізнес-середовища, соціальне навантаження на роботодавця в тій чи іншій країні може суттєво відрізнятись.

Тому вибір країни для здійснення капітальних вкладень може бути здійснений інвестором на основі меншої частки соціальних витрат. Це дає змогу сплачувати кошти безпосередньо найманому працівнику, що може бути стимулом для робітника підприємства.

Питома вага коефіцієнта відрахувань на амортизацію є порівняно з попередніми коефіцієнтами незначною, але також пливає на комплексний коефіцієнт продуктивності праці.

Коефіцієнт прибутковості промислового підприємства визначається як відношення фінансового результату від операційної діяльності до чисельності найманих працівників, тому його питома вага у загальному коефіцієнті є нестабільною й істотно впливає на комплексний коефіцієнт продуктивності праці, крім того, може мати від'ємне значення в разі отримання збитку від операційної діяльності.

Пропонується побудова другого рівня багатофакторного аналізу ефективності господарської діяльності промислового підприємства. На цьому рівні аналізуються фінансові

результати від операційної діяльності господарюючого суб'єкта, на які впливають зміни обсягу реалізованої продукції та ціни за одиницю реалізованої продукції, умовно змінних витрат на одиницю реалізованої продукції та загальних умовно постійних витрат.

Для оцінки впливу чинників на зміну операційного прибутку за методом "CVP" (витрати – обсяг виробництва та реалізації – прибуток) застосовують наступні алгоритми:

$$\text{ПОД} = \text{ВР} - \text{УЗВ} - \text{УПВ}, \quad (12)$$

де ПОД – прибуток від операційної діяльності підприємства; ВР – виручка від реалізації продукції; УЗВ – умовно змінні витрати; УПВ – умовно постійні витрати.

У багатофакторній моделі пропонується деяке спрощення – стосовно введення додаткових факторних ознак, кількості реалізованої продукції (О), середньої ціни одиниці продукції (Ц) та умовних змінних витрат у розрахунку на одиницю продукції (ЗВ). Для цієї багатофакторної моделі наявність широкого асортименту створює певні незручності у підрахунку впливу факторів зміни ціни, витрат та обсягів реалізації.

Пропонується пропорційна зміна ціни та обсягу за кожним із основних видів продукції, що дасть змогу дещо спростити багатофакторну модель, але це не призведе до викривлення інформації щодо впливу даних факторів на операційний прибуток порівняно з іншими факторами.

Факторна модель операційного прибутку набуває наступного вигляду:

$$\begin{aligned} \text{ПОД} &= \text{О} \times \text{Ц} - \text{О} \times \text{ЗВ} - \text{ПВ} = \\ &= \text{О} \times (\text{Ц} - \text{ЗВ}) - \text{УПВ}. \end{aligned} \quad (13)$$

Загальна оцінка абсолютних змін операційного прибутку та вплив зміни основних факторів визначається за формулами (14–18). Оцінка сукупного впливу факторів на зміну операційного прибутку (перевірка правильності здійснення розрахунків – формула (14).

$$\begin{aligned} \Delta \text{ПОД} &= \text{ПОД}_1 - \text{ПОД}_0 = \Delta \text{ПОД}_{(O)} + \\ &+ \Delta \text{ПОД}_{(Ц)} + \Delta \text{ПОД}_{(ЗВ)} + \Delta \text{ПОД}_{(УПВ)}. \end{aligned} \quad (14)$$

Обчислення впливу факторів на зміну операційного прибутку за методом ланцюгових підстановок:

$$\Delta \text{ПОД}_{(O)} = \Delta \text{О} \times (\text{Ц}_0 - \text{ЗВ}_0), \quad (15)$$

$$\Delta \text{ПОД}_{(Ц)} = \text{О}_1 \times \Delta \text{Ц}, \quad (16)$$

$$\Delta \text{ПОД}_{(ЗВ)} = \text{О}_1 \times (-\Delta \text{ЗВ}), \quad (17)$$

$$\Delta \text{ПОД}_{(УПВ)} = -\Delta \text{УПВ}. \quad (18)$$

Коефіцієнт зміни операційного прибутку відображає відносну зміну фінансових результатів від операційної діяльності, а його складові пояснюють причини його зменшення або збільшення. Визначається за формулою:

$$K_{\text{ЗОП}} = \frac{\Delta \text{П}}{\text{П}_0}. \quad (19)$$

Коефіцієнт зміни обсягу реалізованої продукції визначається як відносна зміна обсягу реалізованої продукції, відображає кількісний вплив на фінансовий результат промислового підприємства, його позитивні зміни впливають на збільшення операційного прибутку. Визначається за формулою:

$$K_{\text{ЗОР}} = \frac{\Delta \text{О}}{\text{О}_0}. \quad (20)$$

Коефіцієнт зміни ціни продукції відображає якісний характер змін, позитивна динаміка $K_{\text{ЗОП}}$ супроводжується зростанням ціни і свідчить про інтенсивний розвиток промислового підприємства:

$$K_{\text{ЗЦ}} = \frac{\Delta \text{Ц}}{\text{Ц}_0}. \quad (21)$$

Коефіцієнт зміни змінних витрат відрізняється від попередніх двох дохідних факторів негативним впливом на операційний прибуток. Відображає зміни собівартості одиниці реалізованої продукції та визначається за формулою:

$$K_{\text{ЗЗВ}} = \frac{\Delta \text{ЗВ}}{\text{ЗВ}_0}. \quad (22)$$

Коефіцієнт зміни умовно постійних витрат також негативно впливає на обсяг отриманого прибутку від операційної діяльності, як і попередній показує позитивні зміни в разі його зменшення. Визначається за формулою:

$$K_{\text{ЗПВ}} = \frac{\Delta \text{ПВ}}{\text{ПВ}_0}. \quad (23)$$

Третій рівень багатофакторного аналізу ефективності господарської діяльності про-

мислового підприємства орієнтований на інвестиційну складову управлінських рішень. Він включає два показники, що забезпечують інформацією власника підприємства щодо стану основних засобів та рентабельності власного капіталу.

На їх основі можуть прийматися рішення щодо спрямування отриманого прибутку в розвиток підприємства, у тому числі, вкладення коштів в основні фонди, їх оновлення та підвищення технологічного рівня. Інший варіант — вилучити чистий прибуток та спрямувати в альтернативні інвестиції або використати на інші цілі власника.

Коефіцієнт зношеності основних засобів ($K_{ЗОЗ}$) відображає стан основних фондів промислового підприємства і визначається як відношення зносу основних засобів до їх первісної вартості. Цей показник вказує на рівень зношення обладнання підприємства та обчислюється за формулою:

$$K_{ЗОЗ} = \frac{З_{ОЗ}}{ОЗ_{ПВ}}, \quad (24)$$

де $З_{ОЗ}$ — знос основних засобів промислового підприємства; $ОЗ_{ПВ}$ — первісна вартість основних засобів промислового підприємства.

Основним фактором, що впливає на цей показник, зазвичай виступає показник зношення основних засобів, винятком є списання та введення в експлуатацію нових основних засобів, що відбувається не в кожному звітному періоді.

Вплив змін обсягу зносу та первісної вартості основних засобів і питому вагу їх впливу пропонується визначати аналогічно до розрахунків по коефіцієнту витрат на оплату праці.

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу визначається як відношення фінансового результату від операційної діяльності до власного капіталу промислового підприємства.

Його значення безпосередньо впливає на рішення фінансового менеджменту щодо можливості залучення кредитних ресурсів з метою розвитку підприємства, а власник отримує інформацію стосовно рентабельності його інвестицій. Розраховується за формулою:

$$K_{РВК} = \frac{ПОД}{ВК}. \quad (25)$$

На $K_{РВК}$ впливають два основні фактори: якісний — обсяг отриманого операційного прибутку та кількісний — власний капітал промислового підприємства.

Значення власного капіталу здебільшого є статичним і не зазнає суттєвих змін, особливо порівняно з динамічними змінами операційного прибутку.

У багатофакторному аналізі третій рівень має назву “капітальні інвестиції”, показники орієнтовані на інвестора, який на їх основі може приймати рішення щодо розподілення чистого прибутку промислового підприємства.

Комплексно аналіз ефективності господарської діяльності пропонується проводити за чотири роки (див. таблицю).

Коефіцієнт рентабельності власного капіталу вказує на можливості забезпечення розвитку промислового підприємства за рахунок власних коштів, що є особливо актуальним у періоди фінансово-економічних криз.

Таким чином, багатофакторний аналіз оцінки ефективності господарської діяльності промислового підприємства пропонується складати за трьома рівнями.

Перший рівень “Продуктивності праці” представлено чотирма коефіцієнтами: витрат на оплату праці; витрат на соціальні заходи; відрахувань на амортизацію та коефіцієнтом операційного прибутку. Їх сума відповідає комплексному коефіцієнту продуктивності праці, який, як і його компоненти в разі зростання, забезпечує позитивну оцінку ефективності господарської діяльності промислового підприємства.

Другий рівень “Фінансові результати від операційної діяльності” також представлено чотирма коефіцієнтами: коефіцієнтом зміни обсягу реалізованої продукції; коефіцієнтом зміни ціни продукції; коефіцієнт зміни змінних витрат та коефіцієнт зміни умовно постійних витрат. Кожний з них впливає на фінансовий результат від операційної діяльності, тому цей розділ доповнений узагальненим коефіцієнтом зміни операційного прибутку. Кожний з них є відносним показником,

Показники багатофакторного аналізу ефективності господарської діяльності

| № пор. | Показник | Умовне позначення | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. |
|---|--|-------------------|---------|---------|---------|---------|
| Перший рівень. Продуктивності праці | | | | | | |
| 1 | Коефіцієнт витрат на оплату праці | $K_{\text{Воп}}$ | | | | |
| 2 | Коефіцієнт витрат на соціальні заходи | $K_{\text{Всз}}$ | | | | |
| 3 | Коефіцієнт відрахувань на амортизацію | $K_{\text{А}}$ | | | | |
| 4 | Коефіцієнт операційного прибутку | $K_{\text{П}}$ | | | | |
| | <i>Коефіцієнт продуктивності праці</i> | $K_{\text{ПП}}$ | | | | |
| Другий рівень. Фінансові результати від операційної діяльності | | | | | | |
| 5 | Коефіцієнт зміни обсягу реалізованої продукції | $K_{\text{ЗОР}}$ | | | | |
| 6 | Коефіцієнт зміни ціни продукції | $K_{\text{ЗЦ}}$ | | | | |
| 7 | Коефіцієнт зміни змінних витрат | $K_{\text{ЗЗВ}}$ | | | | |
| 8 | Коефіцієнт зміни умовно постійних витрат | $K_{\text{ЗПВ}}$ | | | | |
| | <i>Коефіцієнт зміни операційного прибутку</i> | $K_{\text{ЗОП}}$ | | | | |
| Третій рівень. Капітальні інвестиції | | | | | | |
| 9 | Коефіцієнт зношеності основних засобів | $K_{\text{ЗОЗ}}$ | | | | |
| 10 | Коефіцієнт рентабельності власного капіталу | $K_{\text{РВК}}$ | | | | |

Джерело: розроблено автором

що становить відносну зміну фактора певного періоду до його значення у попередньому періоді.

Третій рівень “Капітальні інвестиції” включає два коефіцієнти: коефіцієнт зношеності основних засобів та коефіцієнт рентабельності власного капіталу. Вони є незалежними один від одного, на їх основі не створено комплексного чи узагальнюючого коефіцієнта капітальних інвестицій.

Вони доповнюють і завершують формування комплексного аналізу оцінки ефективності господарської діяльності промислового підприємства, в якому на першому рівні можна зробити висновок про технологічний стан промислового підприємства — валова додана вартість свідчить про технологічний рівень продукції. На другому рівні розкривається питання фінансових результатів, можливості беззбиткової діяльності та виявлення резервів для отримання операційного прибутку.

На третьому рівні досліджуються: стан основних фондів і проблеми їх оновлення,

можливості забезпечення розвитку промислового підприємства за рахунок власних коштів, що є особливо актуальним у періоди фінансово-економічних криз.



Література

1. Скударь Г. М. Организационно-экономические механизмы управления конкурентоспособностью предприятия / Г. М. Скударь. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 2000. — 483 с.
2. Технології інноваційного розвитку підприємств у контексті інституціоналізму: Монографія / Н. П. Гончарова, О. О. Швиданенко та ін. — К.: КНЕУ, 2012. — 328 с.
3. Чернега О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений / О. Б. Чернега. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 1999. — 448 с.
4. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом промышленных предприятий / А. Э. Воронкова. — Луганск: Восточно-укр. нац. ун-т, 2011. — 482 с.

5. Лепа Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия: Монография / Н. Н. Лепа. — Донецк: ООО “Юго-Восток, ЛТД”, 2003. — 296 с.

6. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений: Монография / Ю. Б. Иванов. — Х.: ХГЭУ, 1997. — 246 с.

7. Нижник І. В. Механізм підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств: дис. ...

канд. наук: 08.00.04 / І. В. Нижник. — Хмельницький: ХНУ, 2011.

8. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ. / Под ред. и с предисловием В. Д. Щетинина. — М.: Междунар. отношения, 1993. — 896 с.

9. Cho D. S., Moon H.-C. From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of Competitiveness Theory. — Hackensack, NJ, USA: World Scientific Pub. Co Inc., 2000. — 244 p.

Багатофакторний аналіз пропонується скласти за трьома рівнями. Перший рівень “Продуктивності праці” — комплексний коефіцієнт продуктивності праці, другий рівень “Фінансові результати від операційної діяльності” — узагальнений коефіцієнтом зміни операційного прибутку, третій рівень “Капітальні інвестиції” — досліджується стан основних фондів і проблеми їх оновлення.

Многофакторный анализ предлагается составлять по трем уровням. Первый уровень “Производительность труда” — комплексный коэффициент производительности труда, второй уровень “Финансовые результаты от операционной деятельности” — обобщенный коэффициент изменения операционной прибыли, третий уровень “Капитальные инвестиции” — исследует состояние основных фондов и проблемы их обновления.

Multivariate analysis is offered to be of three levels. The first level of “Productivity” — a complex factor productivity, the second level of “Financial results on operations” — a generalized change in operating profit ratio, the third level of “Capital Investments” — examines the state of assets and problems of their modernizing.

Надійшла 12 грудня 2014 р.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ФЕРОСПЛАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 208–213

На основі аналізу підходів до оцінки ефективності управління витратами промислових підприємств запропоновано напрями удосконалення та адаптації, методики оцінювання ефективності управління витратами феросплавних підприємств.

Інтенсифікація економіки, підвищення її ефективності насамперед полягає в тому, щоб результати виробництва зростали швидше, ніж витрати на нього, тобто застосування у виробництві порівняно меншої кількості ресурсів для досягнення більшого результату.

Ефективний менеджмент передбачає організацію управління витратами феросплавних підприємств у різних аспектах — за технологіями (звичайні, інтенсивні тощо), центрами відповідальності, видами продукції, за відповідальними особами, що дає можливість всебічно аналізувати рівень витрат і визначати їх відповідність встановленим нормам і на цій основі розробляти власну політику управління витратами, застосовуючи ефективні методи, механізми та моделі на всіх рівнях управління [1; 7].

Багато вітчизняних та зарубіжних науковців, експертів, аналітиків та практиків приділяли увагу дослідженню як управління витратами в цілому, так і оцінки ефективності управління витратами зокрема — Ю. Цал-Цалко, А. Турило, О. Катаєв, В. Куцин, М. Гасик, О. Пасхавер, А. Філіпов, Є. Бершеда. Однак підвищення ефективності функціонування феросплавних підприємств України на фоні динамічних змін розвитку світового металургійного виробництва дають можливість не втрачати актуальності подальших досліджень цієї теми.

Витрати феросплавного підприємства формуються безпосередньо за місцями виникнення згідно з встановленими нормативами та визначаються відхилення від них у процесі виробництва. Отже, можна сказати, що на феросплавних підприємствах використовується такий метод управління витратами, як “стандарт-кост” — метод нормативного обліку і регулювання витрат, що охоплює попереднє нормування витрат за елементами та статтями, складання нормативних документів на одиницю продукції, облік нормативних витрат та відхилень від встановлених норм, аналіз відхилень.

Можемо зазначити, що оскільки діяльність структурних підрозділів (цехів) феросплавних підприємств складається із однакових операцій, які постійно повторюються, використання такого методу управління витратами є доцільним, але показники, що застосовуються при його використанні, недостатньо враховують особливості формування витрат на феросплавних підприємствах.

Різна кількість факторів, які впливають на величину витрат, мають арифметичне обчислення, зокрема ряд формул, які враховують відхилення, що спричиняє той чи інший фактор. Це, у свою чергу, зумовлює необхідність розробки системи обґрунтованих показників, на підставі яких можна оцінити вплив процесу управління витратами на ефективність промислового виробництва.

Можемо виділити три основні підходи до оцінки ефективності управління витратами феросплавних підприємств:

- аналіз показників рентабельності (ефективності);
- аналіз показників витратомісткості;
- аналіз показників, що характеризують співвідношення між результатом та витратами на його досягнення.

Для визначення доцільності застосування на феросплавних підприємствах підходів до оцінки ефективності управління витратами оберемо по одному методу з кожної групи (рентабельності (ефективності), витратомісткості (ресурсомісткості), співвідношення між результатом та витратами на його досягнення), об'єднаних за їх основними характеристиками, та проаналізуємо їх адаптованість до оцінки ефективності управління витратами феросплавних підприємств.

Розрахуємо ефективність управління витратами на ПАО “Нікопольський завод феросплавів” (НЗФ). НЗФ є одним із найбільших підприємств металургійного комплексу України, найбільшим феросплавним підприємством в Європі і другим у світі за обсягом виробництва марганцевих сплавів (майже 11 % світового виробництва феросплавів, 65 % всіх вироблених феросплавів в Україні)

за допомогою показників ефективності (рентабельності).

У складній економічній ситуації сьогодні, коли не рідко ціна на продукцію не перевищує виробничі витрати, діяльність феросплавних підприємств не завжди приводить до отримання ними позитивного результату діяльності — прибутку. З фінансової звітності феросплавних підприємств можемо констатувати, що за останні роки на всіх феросплавних підприємствах результатами діяльності були збитки. Тому майже неможливо об'єктивно оцінити ефективність управління витратами лише за допомогою методу “результати — витрати виробництва” та показників рентабельності витрат.

З огляду на збиткові результати діяльності феросплавних підприємств, у межах нашого дослідження, доцільно оцінку ефективності управління витратами за методом “показники рентабельності витрат” провести з використанням показника “збитковість підприємства”, який є одним з методів аналізу управління витратами через показники ефективності (рентабельності) витрат (табл. 1).

Показник збитковості за останні п'ять років має мінливе значення. Так, збитковість на одну гривню витрат складала від -0,22 грн у 2011 р. до -0,09 грн у 2013 р. Згідно з роз-

Таблиця 1

Оцінка ефективності управління витратами НЗФ за показниками ефективності та критеріями підвищення ефективності (вдосконалення) управління витратами

| Показник | | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. |
|------------------------------------|---|---------|----------|----------|----------|
| $K_{зб}$ (показник збитковості) | Відношення величини збитку до суми витрат | -0,12 | -0,22 | -0,19 | -0,09 |
| $E_{зб}$ (ефективність) | Відношення величини зміни збитку до величини зміни витрат | -0,07 | -2,82 | -0,26 | -0,30 |
| Критерії | | | | | |
| $E_{зб} > 0$ | | < 0 | < 0 | < 0 | < 0 |
| $\Delta Z_{t+1} > 0$ | | -415194 | -1319371 | +1328763 | +1091533 |

Джерело: розраховано автором на підставі [3; 5; 7].

рахованими показниками ситуація зі збитковістю у 2013 р. на НЗФ покращується. Але, як свідчить проведений аналіз діяльності НЗФ, покращання цього показника, як і одного з критеріїв оцінки ефективності управління витратами ΔZ_{t+1} , відбулося лише за рахунок значного скорочення обсягів виробництва. Тому характеристика лише показника збитковості не дає повного розуміння рівня ефективності управління витратами. Про це свідчить також критерій оцінки ефективності управління $E_{зб}$. За всі останні роки аналізу немає жодного періоду, щоб показник $E_{зб}$ потрапляв у встановлені для нього межі > 0 .

Таким чином, характеристика лише показника збитковості не розкриває причин (факторів), за рахунок яких спостерігається зазначена динаміка рівня ефективності управління витратами на НЗФ.

Цей метод також передбачає розрахунок кількісної та якісної складової результативного показника:

$$\Delta Z_{б} = \Delta Z_{б} (\text{витр}) + \Delta Z_{б} (\text{збит}), \quad (1)$$

у свою чергу:

$$\Delta Z_{б} (\text{витр}) = (Z_{бит_0} / V_1) - (Z_{бит_0} / V_1), \quad (2)$$

$$\Delta Z_{б} (\text{збит}) = (Z_{бит_1} - Z_{бит_0}) / V_1, \quad (3)$$

де $\Delta Z_{б}$ — показник зміни збитковості; $\Delta Z_{б} (\text{витр})$ — зміна збитковості за рахунок кількісної складової; $\Delta Z_{б} (\text{збит})$ — зміна збитковості за рахунок якісної складової; $Z_{бит_0}$ та $Z_{бит_1}$ — збитки у базовому та звітному періоді відповідно; V_1 — витрати звітного періоду.

Ці показники дають можливість зробити висновки — яка з зазначених складових більшою мірою потребує коригування для більш якісного управління витратами (табл. 2).

Треба зазначити, що показник збитковості завжди має від'ємне значення, тому зміна його зі знаком мінус означає збільшення збитковості, що, відповідно, є негативним для підприємства, відповідно зі знаком плюс — зменшення збитковості. Таким чином, за даними таблиці можемо зазначити, що за останні два роки загальний показник збитковості по НЗФ зменшувався, але зміни збитковості за рахунок кількісної його складової — витрат підприємства — зростали на 0,14 та 0,16 грн у 2012 та 2013 р. відповідно. До зменшення загального показника збитковості призвело лише значне покращання його якісної складової: у 2012 р. — на 0,169 грн та у 2013 р. — на 0,257 грн. Також значний вплив на збитковість підприємства має частка зміни збитків за рахунок витрат. За останні два роки вона сягала від 62 до 84 % у загальних змінах. Отже, розрахунок результативного показника та якісної й кількісної його складової також не висвітлює причин збитковості підприємства, що ще раз підкреслює необхідність реформування зазначеного підходу до оцінки управління витратами та впровадження додаткових, більш розширених показників ефективності управління витратами.

У структурі витрат феросплавних підприємств понад 60 % належить матеріальним

Таблиця 2

Оцінка ефективності управління витратами НЗФ через розрахунок результативного показника

| Показник | Вид показника | 2010 р. | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. |
|--|----------------|---------|---------|---------|---------|
| $\Delta Z_{б}$ (зміна збитковості) в т. ч. за рахунок | результативний | +0,04 | -0,1 | +0,03 | +0,1 |
| $\Delta Z_{б}$ (витр) (зміни витрат) | кількісний | +0,076 | +0,005 | -0,140 | -0,160 |
| $\Delta Z_{б}$ (зб) (зміни збитків) | якісний | -0,033 | -0,102 | +0,169 | +0,257 |
| Зміна збитків % в т. ч. | | | | | |
| $d\Delta Z_{битків}$ (доля зміни за рахунок витрат) | кількісний | | 4,2 | 84,1 | 62,7 |
| $d\Delta Z_{битків}$ (доля зміни за рахунок збитковості) | якісний | | 95,8 | 13,9 | 37,3 |

Розраховано автором на підставі [4; 5; 6].

витратам. Тому, на нашу думку, необхідно також проаналізувати доцільність застосування підходу оцінки ефективності управління витратами у виробничому процесі з використанням групи показників витратомісткості. Проведемо необхідні розрахунки у табл. 3.

Через те що узагальнені показники матеріаломісткості не відображають у повному обсязі процеси формування матеріальних витрат, для повноти та системності аналізу буде доцільним застосовувати показники як у грошових, так і в натуральних вимірниках.

З даних таблиці можемо зазначити, що обсяги виробництва у 2012 р. порівняно з 2011 р. зменшилися на 20,5 % у грошовому вимірі на фоні зниження на 16,1 % у натуральному вимірі. При цьому матеріальні витрати у грошовому вимірі зменшилися на 16,4 %. Зменшення обсягів виробництва у грошовому вимірі перевищує на 4,1 % (або в 1,25 разів) зменшення обсягів виробництва у натуральному вимірі. При цьому матеріаломісткість продукції збільшується на 4,9 %, а такий важливий для виробництва показник, як матеріаловіддача зменшується. Порівняння останніх двох років (2012–2013) свідчить про продовження скорочення обсягів виробництва як у грошовій (на 33 %), так і в нату-

ральной формі (на 30,2 %). Скорочення матеріальних витрат у цьому періоді на 48,8 % призводить до зменшення матеріаломісткості продукції та підвищенню матеріаловіддачі. Це ще раз підкреслює необхідність вдосконалення методу управління витратами, який буде враховувати можливість зменшення матеріальних витрат та ефективність цих змін для управління витратами феросплавних підприємств.

З урахуванням того, що матеріальні витрати феросплавного виробництва охоплюють найбільшу частину загальних витрат, вважаємо доцільним подальший розподіл узагальнених показників на проміжні, окремі елементи матеріальних витрат стосовно вартості валової продукції.

Важливим підходом до аналізу управління витратами промислового підприємства є підхід через “показники, що характеризують співвідношення між результатом та витратами на його досягнення”. Але провести аналіз за даними показниками у промисловості стає можливим вже після отримання конкретних результатів запропонованих в управлінні витратами інноваційних змін. Але не кожна зміна у процесі управління витратами має включати в себе інноваційні введення. Це можна

Таблиця 3

Оцінка ефективності формування витрат НЗФ на основі критерію використання матеріальних ресурсів

| Показник | 2011 р. | 2012 р. | 2013 р. | Відносне відхилення | |
|---|---------|---------|---------|---------------------|------------------|
| | | | | 2012 від 2011 р. | 2013 від 2012 р. |
| Обсяги виробництва продукції тис. грн. | 6247323 | 4968852 | 3330538 | -20,5 | -33,0 |
| Фіз.од (тис. тон) | 661639 | 555330 | 387358 | -16,1 | -30,2 |
| Матеріальні витрати, тис. грн | 7652459 | 6395878 | 3272779 | -16,4 | -48,8 |
| Матеріаломісткість (грошова форм) | 1,23 | 1,29 | 0,98 | +4,9 | -24,0 |
| Натуральна форма | 11,57 | 11,52 | 8,45 | -0,04 | -26,6 |
| Матеріаловіддача | 0,82 | 0,78 | 1,02 | -4,9 | +30,8 |
| Коефіцієнт співвідношення темпів зростання обсягу виробництва і матеріальних витрат | | | | 1,25 | 0,68 |

Розраховано автором на підставі [5; 8].

визнати основним недоліком цього методу тому, що не завжди розраховані заздалегідь показники змін призводять до очікуваного результату.

Розглянуті методи відбивають результат управління витратами в цілому, але не повною мірою характеризують ефективність і якість управління витратами за окремими економічними ресурсами: трудовими, виробничими, матеріальними. Для цього необхідне впровадження додаткових показників, які й повинні додатися до існуючих методів оцінки управління витратами феросплавного підприємства [9].

Загалом кожен із розглянутих методів має як свої переваги, так і недоліки (табл. 4).

хуванням специфіки феросплавного виробництва, може використовуватися власний відвальний матеріал;

- врахування впливу часткової заміни основної сировини у процесі розрахунку рівня ефективності управління витратами феросплавних підприємств.



Література

1. Крушельницька О. В. Удосконалення системи управління витратами на підприємствах / О. В. Крушельницька // Вісник ЖДТУ. — 2013. — №1(51). — С. 107–115.
2. Турило А. М. Управління витратами підприємства: Навч. посіб. / А. М. Турило, Ю. Б. Крав-

Таблиця 4

Аналіз підходів до оцінки ефективності управління витратами

| Підхід | Переваги | Недоліки |
|---|---|---|
| Підхід через показники ефективності | – простота та своєчасність отримання необхідної інформації; – виділення та аналіз якісної та кількісної складової; – можливість оцінки кожної складової | – не визначає фактор, за рахунок якого відбулися зміни; – потребує застосування більш розширених показників |
| Підхід через показники витратомісткості | – враховують значну матеріаломісткість галузі; – характеризують ефективність управління основною складовою витрат феросплавних підприємств; – можливість дослідити динаміку показників матеріаломісткості | – необхідність розділення узагальнених показників на проміжні; – необхідність пошуку джерел для зниження матеріаломісткості |
| Підхід через показники співвідношення між результатом та витратами на його досягнення | – показує фактичну економію витрат у період після прийняття інноваційних змін; – показує зміни від зміни ціни матеріалу (у разі застосування дешевшого замінника) або нового способу оброблення матеріалу | – необхідність впровадження змін у виробничі процеси; – можливість оцінити ефективність управління витратами лише після повного впровадження інновацій |

Джерело: розроблено автором на підставі [2; 3; 8].

Таким чином, для вдосконалення методики оцінки ефективності управління витратами феросплавних підприємств необхідно:

- застосування розподілу узагальнених показників на проміжні, які детально характеризуватимуть усі складові витрат;
- орієнтація управління витратами на пошук та аналіз (визначення місця) потенційної сировини, в ролі якої, з ура-

чук, А. А. Турило. — К.: Центр учбової л-ри, 2006. — 120 с.

3. Цал-Цалко Ю. С. Витрати підприємства / Ю. С. Цал-Цалко. — К.: ЦУЛ, 2002. — 656 с.

4. Головач Н. А. Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика: Навч. посіб. / А. В. Головач, В. Б. Захожай, Н. А. Головач. — К.: Вид-во КНЕУ, 2005. — 333 с.

5. Матеріали Smida — Бази даних. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://smida.gov.ua/>

6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

7. Офіційний сайт Головного управління статистики у Запорізькій області. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://zr.ukrstat.gov.ua/>

8. Череп А. В. Економічний аналіз: Навч. посіб. / А. В. Череп. — К.: Кондор, 2005. — 160 с.

9. Перевозчикова Н. О. Підхід до комплексної оцінки ефективності управління витратами коксохімічного підприємства / Н. О. Перевозчикова // Науч. труды. — 2011. — № 29–2. — С. 151–157.

Особлива увага в управлінні витратами феросплавних підприємств зосереджена на плануванні та нормуванні витрат. Виявлено, що планування на феросплавних підприємствах здійснюється за старою системою, сутністю якої є рівень досягнення планових показників, але при цьому не враховуються такі важливі складові всього виробничого процесу, як можливість скорочення витрат за рахунок використання потенційної сировини (відходів власного виробництва).

Особенное внимание в управлении затратами ферросплавных предприятий сосредоточено на планировании и нормировании затрат. Обнаружено, что на ферросплавных предприятиях планирование осуществляется на основании старой системы, сущностью которой является уровень достижения плановых показателей, но при этом не учитываются такие важные составные всего производственного процесса, как возможность сокращения затрат за счет использования потенциального сырья (отходов собственного производства).

The special attention in the management of ferro-alloy enterprises charges is concentrated on planning and setting of norms of charges. It is discovered that on the ferro-alloy enterprises of planning is carried out on the basis of the old system essence of which is a level of achievement of the planned indexes, but, such important component parts of all production process are not taken into account here, as possibility of cutback of spending due to the use of potential raw material (wastes of own production).

Надійшла 1 грудня 2014 р.

ПОНЯТИЙНО-КАТЕГОРИАЛЬНЫЙ АППАРАТ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЙ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 214–217

Предпринятый анализ понятийно-категориального аппарата, который используется при изучении проблем конкурентоспособности предприятий в процессе управления персоналом, составляет базис для теоретико-методологического обоснования проблемы. В настоящей статье использованы лишь наиболее важные понятия и категории данной проблемы.

Конкурентоспособность — важнейший показатель предприятий в условиях функционирования рыночной экономики, а потому весьма важно для ее изучения избирать максимально существенные понятия и категории, связанные:

- а) с особенностями рынка и рыночных отношений;
- б) с проблемами кадровой работы (с персоналом и кадрами управления).

Большинство таких понятий и категорий находятся в различных энциклопедических изданиях, в словарях, обстоятельных монографических работах. Так, в украинских изданиях следует упомянуть четыре основных специальных словаря и комплексы: “Менеджмент” (учебное пособие) [4]; “Менеджмент” (Словарь) [5]; “Управління матеріальними ресурсами” (словарь) [10]; “Управління людськими ресурсами” (словарь) [9].

Среди большого количества научных понятий и категорий, имеющих основоположное значение при исследовании проблем конкурентоспособности предприятий в условиях рыночного хозяйствования и в процессе прежде всего работы с персоналом, следует выделить следующие: “персонал”, “управление персоналом”, “конкуренция”, “конкурентоспособность организации”, “человеческий капитал”, “человеческий потенциал”, “управ-

ление кадровой работой”. Почему именно эти, станет ясно из последующего объяснения сущности таких понятий.

1. “Персонал”. При всем различии трактовки этого термина, под ним понимается, главным образом, весь личный состав людей, работающих на предприятии, в организации, учреждении и т. п., которые отличаются определенным уровнем образовательной, профессиональной, деловой подготовки, личными признаками и качествами.

Следует при этом указать на то, что “персонал” и такое, в частности, понятие “рабочая сила” — не является идентичным. Под “рабочей силой” понимают особую разновидность товара, который котируется на рынке труда (рынок рабочей силы). Кроме того, рабочая сила объясняется как сугубо экономическая категория: это вся совокупность населения, которое предлагает свой труд на рынке рабочей силы.

2. “Управление персоналом”. Это (в обобщенном плане) — все управленческие действия, которые непосредственно влияют на работников, занятых в организации. В другом значении это “процесс планирования, организации, руководства, мотивации и контроля деятельности работников, который обеспечивает достижение поставленных целей” [5, 422].

С одной стороны, управление персоналом — это, собственно, все управленческие действия, которые специфически, по-своему, влияют на работников, занятых на предприятии, в организации, а с другой стороны, — это сложный процесс, который детализируется в целостной системе: планирование, организация, руководство и мотивация деятельности работников (работающих) для достижения определенных целей.

Во многом управление персоналом, это управление мотивированным поведением людей. Поэтому в последние годы, особенно в условиях формирования информационных обществ, проблема мотивированного поведения вызывает большой интерес у психологов, социологов, педагогов, обращающих внимание на личностные психологические особенности и характеристики людей.

3. “Конкуренция”. Состояние взаимоотношений, при котором происходит полное и достоверное сопоставление всех хозяйствующих субъектов в плане как предложения, так и спроса на товары и услуги, средства производства и капиталы [1, 223]. Если конкурентоспособность (ее составляющие, их проявление) в целом является достаточно изученными, то такая проблема, как конкурентоспособность отдельного работника (человека), остается во многом загадкой. Украинский исследователь проблем экономики и управления А. Калина считает, что в основе конкурентоспособности человека лежит [9, 192–193]:

- а) уровень профессионализма, компетентности;
- б) личностные качества;
- в) инновационный потенциал;
- г) мотивационный потенциал.

При этом упомянутая ученая особое внимание обращает на профессиональное самоопределение человека, особенно учитывая высоту и динамику изменения специальностей и специализаций. По ее мнению, профессиональное самоопределение как система включает профессиональную ориентацию, производственную адаптацию и профессиональную переориентацию [9, 193].

4. “Конкурентоспособность организации” — 1) ее сравнительное превосходство

над другими организациями в стране и за ее пределами; 2) компетентность организации, ее умение делать что-то лучше конкурентов [5, 223]. Здесь, прежде всего, следует обращать особое внимание на основные преимущества организации: технологические; производственные; сбытовые; маркетинговые; профессиональные; организационные; другие (имидж, выгодное размещение, низкие затраты, доступ к финансовым рынкам и другие) [7]. Именно эти, “другие” преимущества, ныне дают о себе знать все более осязательно. Современное производство становится технологически более сложным и инновационным, чрезмерно возрастает в процессе производства фактор личностный, фактор общения. Перечисленные понятия являются ключевыми, если помнить, что перед нами стоит задача — обосновать и объяснить, за счет каких составляющих работы с персоналом можно обеспечить достаточно весомый, конкурентоспособный статус предприятия (учреждения), фактически любой структуры. Поэтому следует обратить особое внимание на такое понятие, как “человеческий капитал”, которое сегодня все более часто объясняется как именно социально-экономическая категория [6, 109]. Считается, что в научный оборот это понятие попало благодаря работам известного американского экономиста, лауреата Нобелевской премии (1979 г.) Т. Шульца, который, как затем и его исследователи, считал, что это не что иное, как специфическая форма капитала, воплощенная в самом человеке. Он имеет в виду такие составляющие, как человеческое здоровье, знания, умения, способности, мотивации и т. п. Не все из этих составляющих и не вполне есть природными, то есть врожденными или, наоборот, — приобретенными. Скорее всего, речь идет о симбиозе, соединении того и другого.

Отметим, что объяснений сущности понятия “человеческий капитал” есть немало. Так, украинский исследователь Л. С. Дорошенко под таким понятием видит: а) экономическую категорию, которая отображает отношения между людьми по поводу вложений в формирование способностей к труду и их фактического использования; б) экономическую

оценку способностей человека (природные способности, образование, квалификация, профессиональные знания, опыт [9, 215]).

Так или иначе, но как самостоятельное теоретическое направление в экономических науках понятие “человеческий капитал” вошло в научный оборот в 50–60 гг. XX в. в результате появления трудов ученых известной Чикагской экономической школы — Т. У. Шульца, Г. Беккера, Д. Минцера и др.

Что касается понятия “человеческий фактор”, то это свидетельствует о человеке как важнейшем факторе продуктивных сил, которые создаются в процессе создания материальных и духовных ценностей, предоставления социально необходимых услуг. Когда употребляют термин “человеческий фактор”, то выделяют такие основные аспекты его изучения и управления:

- а) индивидуально-психологический (уровень личности);
- б) социально-психологический (уровень коллектива);
- в) социально-экономический, юридический, социологический (уровень общества и его структур).

В современной науке управления, таким образом, доминирующим понятием есть понятие “человеческий потенциал”. Украинский исследователь А. В. Кальянов обращает внимание на неоднозначность и даже некоторую противоречивость объяснения этого понятия [8, 101]. При этом он ссылается, прежде всего, на работы таких российских и украинских исследователей, как А. Амоша, А. Антонюк, Г. Дмитренко, И. Т. Заславская, И. Либанова, В. Марков, С. Поритич, С. Пирожков, А. Стефанишин, В. Шконда и др. Наиболее объяснимым по содержанию представляет это понятие известная российская ученоя — экономист Т. Заславская. Это, пишет она, условная характеристика, которая отражает важнейший фактор жизнедеятельности общества, готовность и способность национальной общности к активному саморазвитию, своевременному и адекватному ответу на численные вызовы внешней среды и успешной конкуренции с другими обществами [2].

Более “заземленные”, опредмеченные определения понятия “человеческий фактор” дают А. Амоша, В. Антонюк, А. Новикова: “Высокие качественные характеристики человека, который имеет возможность прожить продолжительную и благополучную жизнь, основной элемент национального богатства любой страны главная цель общественной деятельности” [3]. В этом определении есть и философский, и социальный, и сугубо жизненный смысл, поскольку жизнь каждого человека не что иное, как его самореализация.

Прежде чем предметно рассматривать очерченные в данной работе проблемы, следует объяснить сущность и, определенным образом, “развести” ряд смежных понятий, таких как “управление кадровой работой”, “управление человеческими ресурсами”, “управление персоналом”. Без этого понимание нижеизложенных проблем и вопросов будет весьма затруднительным.

Представляется верной точка зрения, что именно в указанной выше последовательности (приоритетности, логике) они и должны рассматриваться, объясняться и фактически, практически использоваться. И вот почему. Человек, работник всегда был и считается наиболее ценным ресурсом организации, коллектива. Поэтому работа, направленная на эффективное использование человеческих ресурсов, и является важнейшей задачей в процессе производственной и другой деятельности коллектива. При этом подразумевается, что на первом месте должно быть целостное управление кадровой работой вообще, как всесторонний всеобъемлющий процесс.



Литература

1. Волков Ю. Г. Человек: Энциклопедический словарь / Ю. Г. Волков, В. С. Поликарпов. — М.: Гардарики, 1999. — 520 с.
2. Заславская Т. И. Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т. И. Заславская // Общественные науки и современность. — 2005. — № 3. — С. 5–16.

3. Людський потенціал: механізми збереження та розвитку: Монографія / НАН України. Ін-т економіки промисловості / О. Ф. Новікова, О. І. Амоша, В. П. Антонюк та ін. — Донецьк, 2008. — 468 с.
4. Менеджмент: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. Г. В. Щокіна, М. Ф. Головатого, О. В. Антонюка, В. П. Сладкевича. — К.: МАУП, 2007. — 816 с.
5. Менеджмент: Понятійно-термінол. слов. / За ред. Г. В. Щокіна, М. Ф. Головатого, О. В. Антонюка, В. П. Сладкевича. — К.: МАУП, 2007. — 744 с.
6. Основи економічної науки: Навч. посіб. / Н. П. Мацелюх, О. М. Розум, І. А. Максименко, М. М. Теліщук та ін. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 324 с.
7. Сладкевич В. П. Ситуаційний менеджмент організацій: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. П. Сладкевич. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2008. — 485 с.
8. Теорія та практика розвитку людського потенціалу на сучасному етапі: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. вчених, стратегів і практиків / За ред. В. В. Шконди. — Донецьк: Норд-Прес, 2012. — 434 с.
9. Управління людськими ресурсами (Понятійно-термінол. слов.): Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / За ред. Г. В. Щокіна, О. В. Антонюка, М. Ф. Головатого. — К.: МАУП, 2006. — 496 с.
10. Управління матеріальними ресурсами: Енциклопедичний словник / О. В. Антонюк, О. В. Баєва, М. Ф. Головатий та ін.; За ред. Г. В. Щокіна, О. В. Антонюка, М. Ф. Головатого, М. О. Копнова. — К.: ДП “Вид. дім “Персонал”, 2009. — 376 с.

Дается характеристика и объяснение ключевых понятий и категорий, которые должны приниматься к сведению при изучении проблем конкурентоспособности предприятий, которая базируется на человеческом потенциале.

Подается характеристика та пояснення ключових понять і категорій, що повинні братися до уваги під час дослідження проблем конкурентоспроможності підприємств, яка ґрунтується на людському потенціалі.

Served description and explanation of key concepts and categories that should be taken into account studying the problem of enterprises competitiveness based on human potential.

Надійшла 19 січня 2015 р.

УНІКАЛЬНІ КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 218–223

Системний підхід до використання інформаційної ери існування підприємств за допомогою мережевого інтелекту, співпраці, ери обміну та усвідомлення нової сили можливостей і свободи для різних підприємств, які сполучають нові моделі співпраці зі споживачами P2P, он-лайн- та оффлайн-канали та мобільні технології.

Технологічний ривок, який створила Інтернет-економіка, дав інтернет-маркетингу нових викликів, як продавати, щоб споживачі були не разові, а постійні, і при цьому самі допомагали підприємству у створенні цінності і зменшенні собівартості.

Багато вчених вивчають проблеми інтернет-маркетингу, серед закордонних: Ф. Котлер, У. Хенсон, А. Хартман, І. Еймор, А. Гронстед, І. Успенський та вітчизняних: Л. Балабанова, І. Бойчук, А. Войчак, С. Ілляшенко, І. Литовченко, А. Решетнікова у своїх працях приділяють увагу застосуванню та функціонуванню інтернет-маркетингу як інструменту або антикризових програм підприємства, або його використанню в системі маркетингу підприємства, а от процес змішування різних каналів як віртуальних, так і традиційних і використання нової моделі маркетингу залишилося поза увагою економістів.

Дослідимо сутність поняття мультиканального маркетингу, його практичності і значущості для підприємства і споживача у вигляді змішування он-лайн- та оффлайн-каналів. Розкриємо зміст нової моделі соціальної співпраці в мультиканальному маркетингу P2P, оцінка рівня використання унікальних конкурентних переваг підприємствами на світовому ринку та визначення перспектив застосування в Україні.

Як стверджує Дон Тапскотт, один з провідних світових консультантів, який спеціа-

лізується на бізнес-стратегії, організаційній трансформації та ролі технологій у бізнесі та суспільстві “внаслідок глибоких змін, що сталися в технологіях, бізнесі, економіці та світі – розвиток та просування інтернет-технологій, ми вступаємо в нову еру, де рівень участі людей в економіці стає великий, як ніколи раніше. Це досягнення існування інтернет-економіки та інтернет-бізнесу є черговою стадією, при якій нові форми масової співпраці змінюють процеси винаходу, виробництва, просування та дистрибуції товару на всьому глобальному ринку. Ці зміни надають будь-якій компанії, залученій в процес, великі перспективні можливості.

Більшість людей мали обмежену економічну роль, виступаючи як пасивні споживачі масової продукції, тобто величезна кількість людей була виключена з процесу обміну знаннями, владою і капіталом, а значить і в розподілі економічних результатів.

У наші дні все змінилося. Зростання доступності інформаційних технологій надає інструменти співробітництва, створення цінностей і конкуренції практично кожному. Це дає можливість людям вільно брати участь у процесі інновацій та створення цінності в кожній економічній галузі” [1, 11].

Якщо вчора Інтернет був платформою для інформації про зміст, сьогодні – це глобальний комп’ютер, механізм, який дає можливість всім сегментам ринку співпрацювати

без меж. При цьому людство створює механізм, який дає можливість співпрацювати в нових напрямках і в астрономічному масштабі [2].

Як зазначає С. М. Ілляшенко [3, 64], “Зі вступом світової економіки в економічну кризу роль Інтернету лише зросла, оскільки завдяки застосуванню мережевих інформаційних технологій багато товаровиробників зуміли не лише знизити витрати на просування і збут продукції, але й розширити існуючі та освоїти нові ринки збуту, підвищити ефективність і адресність взаємодії зі споживачами та іншими економічними контрагентами”.

Динамічний розвиток інтернет-економіки глобально впливає на бізнес компаній, успішне існування у віртуальному середовищі, має стратегічне значення для їх виживання і конкурентоспроможності в майбутньому. Фактично, сучасна економіка та більшість компаній — це гібрид старої і нової Інтернет-економіки [4, 12].

Технологічний ривок від нового покоління і вимога рахуватися з нинішнім станом світової економіки призводять до того, що світ стає відкритим. Отже, що таке відкритість? Виявляється, у відкритості є кілька різних значень, і кожне підходить під відповідний принцип трансформації бізнес-цивілізації.

Перше — співпраця. Це той випадок, коли межі організацій стають більш гнучкими і відкритими.

По-друге, відкритість — це прозорість. Це зв'язок релевантної інформації та зацікавлених сторін організації: службовців, клієнтів, бізнес-партнерів, акціонерів і т. д. Прозорість передбачає доступність інформації.

Третє значення — обмін інформацією та предметами. Обмін пов'язаний з відмовою від домагань на володіння, інтелектуальну власність.

Четверте значення — повноваження. Знання і грамотність — це сила, і від того, як вони поширюються, виникає децентралізація і деінтеграція сили, що ми і спостерігаємо сьогодні. Відкритий світ приносить свободу.

Нині всюди розвивається нова модель маркетингу, в якій у покупців буде більше вибору, більше інструментів, більше інформації,

і більше можливості управляти своїм вибором, а у підприємств — більше можливості отримання прибутку від співпраці як з партнерами, так і зі споживачами [5, 6–7].

І хоча більшість компаній наполегливо дотримуються різних варіантів однієї перевіреної формули: створити продукт або послугу, продати її і отримати гроші. Використовуючи інформаційні мережі, підприємство може обмінюватися інформацією з партнерами, отримувати дані про продавців, покупців і конкурентів, оперативно знаходити в мережевих базах даних необхідну інформацію, приймати зважені управлінські рішення.

Більшість підприємств вже пройшли головні етапи інтернет-маркетингу: формулювання цілей роботи в Інтернеті з позиції отримання прибутку і/чи зниження витрат, визначення потенційної аудиторії web-сайта, створення і запуск свого сайта, забезпечення збору статистичної інформації про відвідуваність ресурсу, цілеспрямоване стимулювання відвідувань сайта, співставлення статистики відвідувань і динаміки росту продажу.

У наші дні бізнес-кампанію не можна уявити без грамотного інтернет-маркетингу. Це дає можливість невеликим торговим компаніям без серйозних економічних витрат виходити на ринки міжрегіонального та міжнародного рівнів.

Односторонній процес інформування покупця про продукт сьогодні недостатній для проведення ефективної маркетингової кампанії. Комерційний ефект досягається тільки тоді, коли налагоджено зворотний зв'язок зі споживачем. Тому традиційні односторонні канали інформування вже не працюють в сучасному інформаційно-технологічному суспільстві. Сучасний споживач звик до спілкування, до можливості висловити свою думку і вести діалог з підприємством, продавцем і з суспільством споживачів у цілому, правда, в цьому випадку організованому як певне співтовариство [6, 35–38].

Тому виникає необхідність для підприємств використовувати **мультиканальний маркетинг** (з англ. *multichannel marketing*) — процес змішування різноманітних каналів комунікації і доставки, які взаємно підсилюють

залучення, підтримку і побудову відносин зі споживачами, що роблять вибір і купують на традиційному і віртуальному ринках [7].

Загалом мультиканальний маркетинг можна визначити як поєднання он-лайн- і оффлайн-каналів продажу та спілкування зі споживачами чи партнерами. При цьому до он-лайн-каналів належать: сайт компанії, блоги керівного апарату підприємства, інтернет-магазин, сторінки в різних соціальних платформах (співтовариства в соціальних мережах, на форумах, чатах), таких як Facebook, Youtube, LinkedIn, VK, електронна пошта, вебінари та конференції, мобільні технології та оффлайн-канали: радіо, телебачення, газети, журнали, поштові каталоги, виставки, промоакції та ін.

Але навіть якщо підприємства використовують соціальні медійні засоби для реклами своєї продукції, все одно чомусь застаріло вже бачать покупця лише в 2D вимірі “оволодіння цим”.

Лише кілька бізнесменів, включаючи більшість венчурних підприємців, бачать для себе ще й інший спосіб заробітку.

Навколо цих укорінених понять і почала розвиватися нова модель економіки і маркетингу під назвою “шерінгова економіка” (з англ. *Sharing Economy* — економіка обміну або спільного володіння). Також в маркетингу це розглядається як продаж-оренда товару на деяких час. Позначається нова модель бізнесу P2P (англ. *Peer-to-peer*, рівний-рівному), при якій у покупців є більше вибору, більше інструментів, більше інформації, більше влади управляти своїм вибором, а у підприємств-орендарів більше прибутку.

Тисячі бізнес-підприємств створені й розвивалися в останні кілька років за цією моделлю, і деякі з них вирости в добре відомі бренди. Керівники таких підприємств з розумом використовують мобільні та місцеві можливості зростання популярності соціальних мереж, що змінюють відносини серед покупців та історично сформовану вигоду від використання загальних платформ і напрацювань.

В умовах глобалізації та постійного розвитку економічних процесів інформація на-

буває все більшої цінності і це, насамперед, пов'язано зі стрімким розвитком інформаційних технологій. При цьому Інтернет змінив сам спосіб ведення бізнесу — тепер він є невід'ємною частиною здійснення комерційної діяльності. IT-революція почалася з круговороту даних і тепер мобільність означає локальність і новизну. Тепер мобільні пристрої впливають на фізичні об'єкти. Сторінка компанії в соціальній мережі дає можливість дізнатися про товари і послуги, а також рекомендувати те, що найбільш знане чи подобається споживачам.

Мобільність у поєднанні з GPS змінює наш світ. Це означає зручний доступ для продажу товарів і послуг — знаючи де споживач і що йому потрібно в цей момент, бізнес-підприємство може йому запропонувати як основну свою продукцію, так і предмети, товари чи послуги, якими воно здебільшого володіє. Підприємство може поділитися, обміняти предмет, економлячи гроші і уникаючи зайвої метушні за допомогою соціальних мереж чи мобільних технологій.

Однак головне, що варто зрозуміти, що бізнес — це не машини, бізнес — це інформація. Розмірковуючи про еру мережевого використання, про те, що рухає цим феноменом, чому це відбувається зараз, варто пам'ятати що існує ряд векторів. Один з них — це рецесія. Рецесія змусила переосмислити наші взаємини з речами в нашому житті, у співвідношенні до їх цінності — отже, ми почали зіставляти цінність зі справжньою вартістю. Другий вектор — це зростання населення і його щільності в містах. Більше людей, менше простору, менше речей. Зміна клімату. Ми намагаємося зменшити навантаження в своєму особистому житті, в житті наших спільнот, і на планеті. З такими розрахунками не складно передбачити, що буде процвітати той бізнес, який зможе найбільш економічно використовувати земні ресурси. Крім цього, міські райони будуть ущільнюватися, і це додаткова перевага економії спільного володіння. Чим більше людей живе в одному районі, там де знаходиться підприємство, тим простіше збільшити додатковий прибуток і кількість предметів, які може запропонувати під-

приємство своїм споживачам чи партнерам. Також можна зробити пропозиції більш зручними — спільно використовувати ще більше автомобілів всередині одного району або на одній вулиці. Щільність зміцнює співтовариство — це і є спільне використання продуктів і послуг. Останнім часом, як показує статистика, у споживачів з'явилася недовіра до великих, глобальних брендів серед різних галузей. Дослідження показують, що в США, а також у Канаді та Західній Європі, більшість споживачів стають відкритішими місцевим компаніям або брендам, про які вони ніколи не чули [5].

“Спільний” бізнес заснований на перетворенні витрат у цінність. Витрати, які авіакомпанія несе за один переліт, залишаються незмінними незалежно від того, одна людина летить чи 200. Можливо тому авіакомпанії першими почали використовувати угоди код-шерінгу. У Вікіпедії “код-шерінг (англ. *codeshare agreement*) — угода про сумісну комерційну експлуатацію авіарейсу двома та більше авіакомпаніями, одна з яких є оператором (тобто виконує польоти за цим рейсом і продає квитки на ці рейси від свого імені), а інші — маркетинговими партнерами (тобто продають квитки на рейс компанії-оператора від свого імені” [8].

У кожній компанії є особисті автомобілі люкс-класу, які залишаються невикористаними в середньому протягом більше 20 годин на добу. Поділившись ними з іншими компаніями або споживачами, підприємство радикально підвищує ефективність усіх складових, що входять до створення, експлуатації та обслуговування цих машин. До речі, в Кембриджі працює така платформа, як RelayRides, яка дає автомобіль на прокат від кількох годин до кількох днів. Якщо об'єднати спільне використання автомобілем з аналогічним спільним використанням приміщень або інвентарю, або навіть працівників-спеціалістів (електриків, механіків, зварювальників), то можна поррахувати якісно по-новому отримані прибутки: нові грошові надходження, зекономлені ресурси, більш поширений імідж підприємства призводять до величезних заощаджень як для окремо взятого підприєм-

ства, так і для суспільства і планети в цілому. І так само, як дефіцит, підвищений попит, і витрати впливають на вартість нових матеріалів, переваги моделі оренди-продажу чи спільного володіння будуть тільки зростати.

Купівля якоїсь речі — це зазвичай разова операція. Покупець забирає покупку і йде, можливо, ніколи більше не повертаючись. Але бізнес, заснований на спільному володінні, як і його клієнти, спілкуються кожного разу, коли використовують продукт або послугу — беруть що-небудь в оренду, на прокат, позичують, оцінюють, і повертають. Кожен контакт — це можливість дізнатися щось нове про покупця, здивувати його під час презентації бренду, зміцнити довіру, поліпшити і зробити нову, більш персоналізовану пропозицію. Надійний збір даних приходиться безпосередньо від споживачів та їх вибору, від інформації про продукт та його використання, і від соціальних мереж. Усі вони служать для збагачення пропозицій і відносин. Кожного разу, коли підприємство дає предмет чи послугу до спільного використання, наприклад, приміщення або кілька кабінетів (особливо залу для урочистих подій, гараж чи зал для конференцій), пересувних магазинів або платформ для інтернет-магазинів, і, скажімо, предметів (газонокосарка, шланг для поливу чи акумулятор для автомобіля, автомобіль чи навіть стіл або стілець) — якість інформації, відносин і пропозицій підвищується.

Розглянемо іншу сторону угоди. Покупці мережі отримують високоякісну продукцію (оскільки вона призначена для інтенсивного використання, доглядається підприємством і може бути навіть прикладом для подальшої покупки споживачем).

Вони отримують зручний і своєчасний сервіс, який налаштовується під покупця, без витрат на покупку, обслуговування, страхування, зберігання та утилізацію речей. Чим більше клієнти звертаються за послугами, тим кращі пропозиції отримують. Часте спілкування також дає більше можливостей для того, щоб отримати те, що вони хочуть (і знову — попит). І все це при меншій загальній вартості.

Коли у 2008 р. Б. Ческі, Д. Геббіа і Н. Блечарзік створили сервіс “Airbnb”, вони “підірвали” економіку, це було більше, ніж крах стереотипів. “Airbnb” — це безпечна і надійна платформа, на якій можна здати, знайти і забронювати унікальне житло в будь-якій точці світу прямо на сайті або за допомогою мобільного пристрою [9]. Величезна кількість людей переосмислила, про що насправді слід дбати. Модель P2P “спільного володіння” викликає більше почуття єднання, спільності, довіри.

Зараз у світі вже є достатньо багато компаній, які працюють виключно в сегменті P2P. Річний оборот найбільшої компанії спільного володіння автомобілями, компанії Zipcar, що має більше 500 000 користувачів, в 2009 р. склав 130 млн дол. (674 % починаючи з базового вкладу), і виріс на 30 % за рік. Це один з найвищих показників за останні десятиліття. P2P або “спільне володіння” предметами чи послугами — канал мультимедіального маркетингу, який нині найбільше розвивається. Компанії, що працюють за принципом P2P, цього року розраховують на прибуток у 5 млрд дол., при цьому близько 9,5 % вони знову витратять на розвиток свого бізнесу. Британська компанія Whipcar, що працює за принципом P2P, поповнила парк автомобілів на тисячу машин за півроку. RelayRides, Getaround і Spride в США, Buzzcar у Франції, Goget в Австралії та Zazcar в Бразилії — все це підтвердження того, що принцип P2P набирає обертів.

Один маленький приклад: компанія Velib в 2007 р. у Парижі зробила дуже сміливу пропозицію, вона дуже відкрито ділилася тим, що спрацювало і що не спрацювало при створенні широкої мережі прокату велосипедів. Завдяки цьому схожим компаніям у Барселоні і Лондоні не довелося повторити невдачі “першої версії”, і вони зекономили кошти і почали працювати спільно.

Отже, з викладеного випливає, що менше ніж за десятиліття нова модель маркетингу за допомогою мережі Інтернет проникла у десятки категорій економіки: нерухомість, енергетика, подорожі, розваги, транспорт, харчування, мода та фінанси. Перехід до ме-

режевої ери змінює спосіб ведення бізнесу і все більше набирає обертів.

Підтвердженням тому є вибір більшості підприємств стратегії на опанування мультимедіальним маркетингом, оскільки на сьогодні є дві тенденції, які змінюють правила та філософію сучасного маркетингу — це спільне володіння товаром і надання можливості споживачу напряду співпрацювати з підприємствами. Таке нове покоління маркетингу, як P2P, що йде шляхом нової форми споживання, не повної купівлі товару чи послуги, а лише користування на певний час, тобто спільного споживання (володіння): отримання в оренду, прокат на годину-дві, добу-тиждень, за допомогою веб та мобільних технологій як добре відомих соціальних мереж, так і створенням нових платформ. А це означає, що підприємства збільшують свої переваги, використовуючи Інтернет, соціальні мережі та мобільні технології. Використовуючи дані з усіх доступних джерел, можна забезпечити високу якість товарів і послуг, що пропонуються людям тільки тоді, коли вони потребують і хочуть їх. Щоб мати унікальні переваги, підприємства повинні використовувати чотири характеристики мультимедіального маркетингу: обмін, передове використання веб-сайтів і мобільних інформаційних мереж, зосередження на фізичних товарах і матеріалах, а також взаємодію зі споживачами чи партнерами через соціальні мережі.

Для нового каналу мультимедіального маркетингу P2P характерним є:

1. Пропозиція того, що може користуватися загальним попитом: в рамках громади, ринку, або складових створення вартості продукції чи послуг.

2. Розширене використання веб і мобільних мереж передачі даних для відстеження інформації про потреби споживачів у товарах і послугах спільного володіння.

3. Акцент на поділ фізичних товарів чи послуг для місцевого або регіонального використання чи доставки.

4. Постійне перебування підприємства в пропозиції, новинах та рекомендаціях, які передаються здебільшого в соціальних мережах за допомогою мобільних технологій.

Наступним кроком, швидше, стане те, що далекоглядні виробники впроваджуватимуть такі технології мультимедіального маркетингу, як P2P для кожного нового продукту, що з'їжджає з конвеєра. Вже зараз постійно поповнюється список з 5000 компаній-послідовників більше ніж в 30 галузях по всьому світу. І це ще тільки початок.

Подальші дослідження повинні бути спрямовані на аналіз вітчизняної і зарубіжної статистики використання виділених автором технологій та каналів мультимедіального маркетингу, виконання порівняльної оцінки їх ефективності, розроблення рекомендацій щодо їх застосування.



Література

1. Don Tapscott, Anthony D. Williams. Wikinomics: how mass collaboration changes everything. — Electronic books (eBook: Document: English). — Publisher: New York: Portfolio, 2014. — 272 p.

2. Tapscott Д. Четыре принципа открытого мира: [Фільм з субтитрами та транскрипцією]. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.ted.com/talks/don_tapscott_four_principles_for_the_open_world_1/transcript?language=ru#t-862829

3. Ілляшенко С. М. Сучасні тенденції застосування інтернет-технологій у маркетингу // Маркетинг і менеджмент інновацій / Зб. наук. праць. — 2011. — № 4. — Т. II. — С. 64–74.

4. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: Навч. посіб. — К.: Центр учбової л-ри, 2011. — 332 с.

5. Lisa Gansky. The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing: Hardcover. Publisher: Portfolio. Language: English. — New York, 2010. — 256 p.

6. Медведєва В., Міщенко Г. Інформаційний бізнес у сфері освіти, культури і мистецтва. — К.: НПБУ, 2000. — 78 с.

7. Для тих, хто вивчає маркетинг: Маркетинговий глосарій. — [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://www.studymarketing.in.ua/glossarium.html>

8. Код-шерінг [Матеріал з Вікіпедії]. — [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Код-шерінг>

9. Сервіс Airbnb: засновники. — [Електронний ресурс]. — Режим доступа: <https://www.airbnb.ru/about/founders>

Наведено авторську систематизацію основних теоретико-методологічних підходів до розкриття сутності понять “мультимедіальний маркетинг” та “спільне володіння (використання)” як унікальних конкурентних переваг підприємств в еру мережевого інтелекту та інформатизації економіки. Розкрито основні переваги на прикладах провідних іноземних компаній.

Представлена авторская систематизация основных теоретико-методологических подходов к раскрытию сущности понятий “мультимедиа-маркетинг” и “совместное владение (использование)” как уникальных конкурентных преимуществ предприятий в эру сетевого интеллекта и информатизации экономики. Показаны основные преимущества на примерах ведущих иностранных компаний.

Shows the author systematize basic theoretical and methodological approaches to disclosure concept of “multichannel marketing” and “sharing economy (use)” as a unique competitive advantage in the era of network intelligence and Information Economy. benefits listed on examples of leading foreign companies.

Надійшла 26 грудня 2014 р.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ АДАПТИВНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ ЦІНОУТВОРЕННЯ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 224–235

У сучасних умовах ринкової трансформації аграрної економіки однією з важливих завдань підвищення ефективності є науково-технічне забезпечення, не тільки створення, а й освоєння принципово нових методів постачання сільськогосподарських машин за умов мінімізації витрат на придбання та доставку, здатних забезпечити комплексну механізацію всього циклу робіт, що відповідають вимогам зональних систем землеробства, екологічної безпеки, ресурсозбереження, багатокладності господарства та комфортності умов роботи людини. З приводу цього формування адаптивних логістичних систем у системі маркетингу підприємств сільськогосподарського машинобудування набуває найбільшого значення аграрного виробництва.

Виробництво сільськогосподарської техніки включає чотири складові: виробництво, розподіл, обмін і споживання. Тут діють не лише загальні чинники, а й властиві кожній складовій особливості. Вони мають різні функції, принципи, по-різному реагують на зовнішні подразники. Відповідно, в усіх галузях економіки, у тому числі сільськогосподарському машинобудуванні, спостерігається певне коливання індексів цін, яке не має бути значним. Водночас амплітуда таких коливань, яка спостерігається в Україні, настільки значна, що нерідко призводить до руйнівних диспропорцій. Цей диспаритет особливо помітний між сільськогосподарською і промисловою продукцією. Незважаючи на те що сільськогосподарське машинобудування належить більше до промисловості, ніж до сільськогосподарського виробництва, його тісний зв'язок з аграрною сферою змушує відчувати ті самі проблеми, що бувають і на виробництві сільськогосподарської продукції, у тому числі й диспаритет цін, який можна усунути належним ціновим регулюванням.

Сучасний стан агропромислового комплексу України характеризується досить складною ситуацією: з одного боку, підприємства-виробники сільськогосподарської техніки й устаткування мають готову до реалізації продукцію, а з другого — споживачі-агropідприємства не мають достатньо коштів для її придбання. При цьому понад 80 % наявної на підприємствах сільськогосподарської техніки відпрацювала свій амортизаційний ресурс, а темпи її оновлення становлять 10–15 % від потреби [23]. Тому адаптивна логістична система ціноутворення, спрямована на подолання і попередження диспаритету цін в агропромисловому комплексі, як це передбачено ст. 13 Закону України “Про систему інженерно-технічного забезпечення агропромислового комплексу України”, має дуже особливе значення і є однією з нагальних проблем. Запровадження саме такої системи сприятиме задоволенню потреб сільського господарства у вискоєфективній техніці, створенню інфраструктури ринків технічних засобів, зниженню матеріало- і енергоємнос-

ті технологічних процесів, зміцненню економічного стану та поліпшенню соціальних умов сільськогосподарських товаровиробників [25]. Основним регулятором міжгалузевих економічних взаємин, які забезпечують нормальний відтворювальний процес, є ціна. Вона повинна враховувати економічні інтереси всіх учасників суспільного відтворення. Її дія ґрунтується на двох формах регулювання: прямому державному (адміністративному) і непрямому (опосередкованому) регулюванні. Перша форма реалізується на основі нормативно-правової бази, створеної відповідними владними структурами: Кабінетом Міністрів України, Антимонопольним комітетом України, Державною інспекцією України по контролю за цінами (рис. 1.). Друга – на основі законів ринку (попит, пропозиція, конкуренція) та його суб'єктів.

Як видно з рис. 1., одним із найефективніших інструментів підтримки з боку держави формування логістичної адаптивної системи ціноутворення підприємств сільськогосподарського машинобудування є лізинг, який становить передачу споживачеві техніки в довготривалу оренду з оплатою її вартості по частинах протягом двох і більше років, а в економічному сенсі лізинг – кредит, що надається лізингодавцем лізингоодержувачу в формі переданого в оренду майна.

Формування адаптивних логістичних систем ціноутворення в системі маркетингу підприємств сільськогосподарського машинобудування ґрунтується на врахуванні галузевої виробничої інфраструктури з метою забезпечення нормальних умов функціонування системи збуту аграрної техніки, зниження витрат збуту, підвищення ефек-



Рис. 1. Формування адаптивної логістичної системи ціноутворення підприємств сільськогосподарського машинобудування

тивності та якості техніки, яка пропонується аграрним споживачам. Структурна організація галузевої виробничої інфраструктури визначається факторами зв'язків зовнішньої, проміжної і внутрішньої систем, які виявляються залежно від територіально-галузевої та організаційно-управлінської специфіки ринку сільськогосподарської техніки, що обумовлює змістовну і сутнісну характеристику логістичної інфраструктури, основними позиціями якої є: врахування впливу цін на поведінку споживачів, орієнтація на ринок; ситуаційність управління та альтернативність стратегічних рішень щодо просування техніки на ринки збуту; активність впливу на галузевий ринок, а також на зовнішню і внутрішню сфери; оперативність і лідерство продажу аграрної техніки з урахуванням вимог регіонально-географічних галузевих ринків сільськогосподарської техніки, що в підсумку формує маркетингову систему логістичного ціноутворення підприємств сільськогосподарського машинобудування (рис. 2).

Діяльність підприємства у сфері маркетингового ціноутворення підпорядкована певній

ціновій політиці [15, 60] і повинна ґрунтуватися на системному підході щодо формування адаптивних систем ціноутворення і послідовній реалізації певних заходів щодо підвищення ефективної діяльності підприємств-виробників сільськогосподарської техніки [20, 57]. Сутність механізму ціноутворення в умовах досконалої конкуренції – встановлення ринкової ціни відбувається на основі вирівнювання пропозиції і попиту в суперечці між продавцем і покупцем. Продавець (виробник) прагне збільшити ціну, керуючись витратним підходом і бажанням отримати прибуток [15, 102]. Споживачеві допомагає конкуренція між виробниками, а виробнику – конкуренція між споживачами, до яких можна віднести більшість підприємств-виробників сільськогосподарської техніки (див. рис. 3).

У створенні адаптивних систем маркетингового ціноутворення можна виокремити два взаємопов'язані та взаємодіючі елементи, що й зображено на рис. 4 [11; 12, 101–107]. Уточнення сутності дефініції “адаптивне маркетингове ціноутворення” дало змогу встано-



Рис. 2. Загальні та специфічні фактори маркетингового ціноутворення на сільськогосподарську техніку



Рис. 3. Формування організаційно-економічного механізму логістичних потоків маркетингового ціноутворення підприємств сільськогосподарського машинобудування

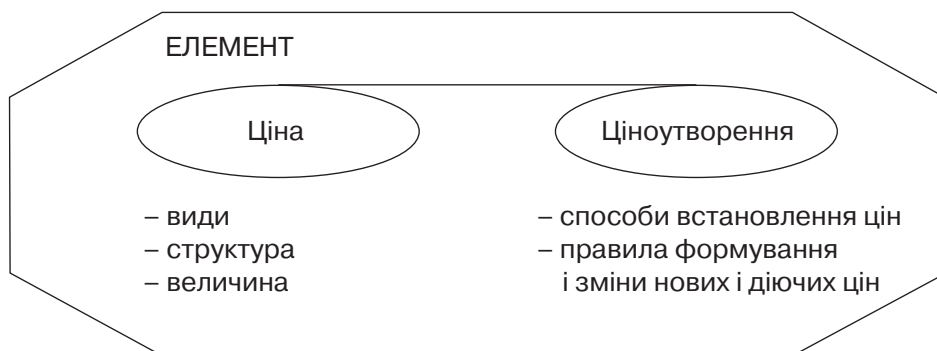


Рис. 4. Ціновий механізм

вити, що адаптивність — це здатність системи управління підприємства забезпечувати цілеспрямовану зміну параметрів ціноутворення, властивостей та його структури, у відповідь на що відбуваються зміни в зовнішньому середовищі.

При цьому маркетингові канали розподілу продукції (логістичні потоки) є єдиним життєво важливим шляхом, який пов'язує підприємство із споживачем його продукту,

що знаходиться у зовнішньому середовищі, а їхній розвиток визначається наявністю у підприємства адаптивного логістичного потенціалу. Управління адаптивним розвитком маркетингових каналів розподілу продукції ґрунтується на ідентифікації ключових чинників моніторингу розподілу, якими є виробничі, фінансові та маркетингові ресурси підприємства. Основними принципами адаптивного підходу ціноутворення до розвитку

каналів маркетингового розподілу промислового підприємства виступають принципи диверсифікації, взаємозв'язок виробничого, фінансового та маркетингового потенціалів підприємства — головного критерію організації оптимальної маркетингової системи ціноутворення, що дає змогу забезпечити виявлення прихованих резервів у виробничій, маркетинговій та фінансовій діяльності та залучити їх у господарський оборот для збільшення підприємницького доходу.

Показники ефективності маркетингу ціноутворення багато в чому залежать від впровадженної системи розподілу і просування продукції, що використовується підприємством. Адаптація маркетингових каналів розподілу у виробництві сільськогосподарської техніки дає змогу виокремити чотири основні характеристики стану галузі, істотні для прийняття рішень у сфері організації просування та ціноутворення продукції: стадію “життєвого циклу” підприємства галузі; рівень поточних і довгострокових кон'юнктурних та сезонних коливань у галузі (місткість ринку збуту продукції, середньоринковий рівень цін на сировину і готову продукцію та ін.); ступінь монополізації і характер конкуренції в галузі (цінову конкуренцію, конкуренцію якості, наявні бар'єри для входу в галузь); величину рівня ефективності, що склалася в галузі, та її динаміку за останні роки.

Ефективність адаптивного каналу логістичного ціноутворення є збиральною категорією, зумовленою взаємодією його характеристик. Розгляд кількох основних рівнів адаптації підприємства уможливорює побудову алгоритму маркетингового управління ціноутворенням, в основі якого лежить оперативне вирівнювання потенціалу ціноутворення та резервів підприємства щодо попиту в різних каналах руху товару. Моделювання каналів маркетингового ціноутворення повинно ґрунтуватися на новому підході — зведення регресійної моделі до моделі марковської. Така обставина дає змогу забезпечити більшу інформативність марковської моделі порівняно з регресійною моделлю (марківський ланцюг містить кілька регресійних рівнянь) і більш м'яке (порівняно з регресивною мо-

деллю) уявлення кінцевих результатів дослідження залежності в умовах прийняття рішень в галузі тактичного і стратегічного маркетингового менеджменту.

Портфель управлінських рішень з розвитку маркетингових каналів ціноутворення сільськогосподарської техніки формується на основі розуміння широкого діапазону можливостей для забезпечення адаптивного розвитку підприємства-виробника за рахунок використання внутрішніх резервів і ресурсів з опорою на сучасний інструментарій сільськогосподарської техніки маркетингового аналізу. Універсальні адаптивні рішення у вигляді технологій розвитку маркетингових каналів адаптивного ціноутворення сільськогосподарської техніки можуть стати відповіддю на зростаючу потребу підприємств-виробників у використанні готових рішень підвищення конкурентоспроможності бізнесу, які враховують його специфіку [8; 15].

Логістичне маркетингове ціноутворення — комплекс заходів щодо визначення цін, логістичної стратегії і тактики, умов оплати та просування товару відповідно до вимог споживачів. У структуру механізму адаптивного розвитку маркетингових каналів розподілу продукції включено низку елементів: суб'єкти реалізації та об'єкти впливу; фактори, що забезпечують функціонування механізму; методи фінансового регулювання, внутрішні інструменти, що ґрунтуються на резервах і ресурсах у галузі виробництва, фінансів і маркетингу, що дає змогу забезпечити зростання конкурентних переваг продукції та оперативність прийняття управлінських рішень в галузі маркетингових технологій; сформувані методику аналізу адаптивного потенціалу підприємства, що включає чотири етапи: моніторинг факторів, що визначають стан діяльності підприємства, розрахунок показників маркетингового, фінансового і логістичного потенціалів підприємства та визначення інтегрального показника адаптивного логістичного потенціалу, що дає змогу ідентифікувати стан підприємства в умовах швидкозростаючої диференціації товарної пропозиції, та обґрунтувати рекомендації з

організації маркетингових каналів розподілу продукції [23, 4–12].

Проблеми, пов'язанні з формуванням адаптивних логістичних систем ціноутворення підприємств-виробників сільськогосподарської техніки, обумовлюють багатоваріантність підходів до трактування поняття “адаптивна логістична маркетингова система ціноутворення”, до визначення основних етапів цінової політики та їх змісту [3; 28]. На сьогодні існують різноманітні наукові підходи до визначення поняття “адаптивна система ціноутворення”. Основні з них наведені в таблиці.

Можна виокремити такі причини підвищення значення адаптивності систем ціноутворення підприємств-виробників сільськогосподарської техніки в умовах ринку: внаслідок фінансово-економічної кризи 2008 р. знизилась купівельна спроможність споживачів сільськогосподарської техніки,

внаслідок чого зростає їх цінова чутливість. Другою причиною підвищення значущості адаптивних систем ціноутворення є зовнішня конкуренція. Так, упровадження на ринок України дешевої та дорогої, але високоякісної (німецького виробництва) іноземної сільськогосподарської техніки, зумовило необхідність розроблення адаптивної системи маркетингового логістичного ціноутворення. Підвищення важливості адаптивного логістичного ціноутворення — диференціація ринку на сегменти потребує різноманітних рівнів цін щодо кожної групи споживачів та умов постачання, зорієнтованих на певні ринкові ніші (існують як мінімум два сегменти споживачів сільськогосподарської техніки — великі сільськогосподарські виробники та малі фермерські господарства). Упровадження адаптивних логістичних систем ціноутворення призвело до перерегулювання цін, загострення цінової конкуренції на ринку. Підви-

Таблиця

Визначення поняття “адаптивна система ціноутворення”

| Автори | Визначення |
|--|---|
| Є. В. Савельєв, С. І. Чеботар [21, 46] | Система ціноутворення — обґрунтування системи диференційованих рівнів надбавки на товари, які реалізуються, і розробка заходів щодо забезпечення оперативного їх коригування залежно від зміни ситуації на споживчому ринку та умов господарювання |
| І. М. Аксімова [4, 146] | Суть адаптивної системи ціноутворення полягає у встановленні на товари фірми таких цін і вмінні так варіювати ними залежно від стану на ринку, щоб оволодіти його певною часткою, забезпечити намічений обсяг прибутку і вирішувати інші стратегічні та оперативні завдання |
| С. Ліфанов [14, 6] | Система ціноутворення — визначення рівня цін і можливих варіантів їх зміни залежно від цілей і завдань підприємства в короткостроковому періоді та на перспективу |
| Ст. Мінетт [16, 111–113] | Адаптивна система ціноутворення — створення й підтримка оптимальної структури цін і динаміки зміни за часом з товарів і ринків |
| В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань [19, 289] | Система ціноутворення здійснює свідоме керівництво діяльністю з встановлення ціни |
| В. Шумейко [29, 46–49] | Адаптивна система ціноутворення — комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми |
| П. Г. Перерва [22, 47–48] | Адаптивна система ціноутворення підприємства становить комплекс заходів щодо встановлення цін реалізації на підприємстві, які мають бути зорієнтовані на максимальне задоволення потреб споживачів та отримання бажаного прибутку від реалізації продукції на ринку |

щення значущості адаптивних логістичних систем ціноутворення доводить, що ціна є інструментом стимулювання попиту при збуті техніки.

На думку П. Г. Перерви, чинники, які впливають на формування адаптивної логістичної системи ціноутворення, — саме підприємств сільськогосподарського машинобудування. Він визначає маркетингову адаптивну систему ціноутворення підприємства-виробника сільськогосподарської техніки як “систему принципів, методів і етапів прийняття рішень з комплексу заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики щодо виробництва та продажу техніки, умов оплати, постачання, маркетингового просування, коригування цін залежно від вимог та переваг споживачів, стратегічних і тактичних цілей підприємства, логістичних витрат, цін конкурентів-виробників сільськогосподарської техніки, величини попиту з боку сільськогосподарських виробників, транспортних, збутових і комунікаційних витрат, надбавок і знижок, митних та інших зборів, психологічної та економічної реакції покупців-споживачів сільськогосподарської техніки” [22, 47–48].

Економічний зміст ефективної адаптивної логістичної системи ціноутворення “полягає у встановленні таких цін, які забезпечували б завоювання певного сегмента ринку, вирішували стратегічні та оперативні завдання з питань реалізації сільськогосподарської техніки для досягнення запланованих обсягів прибутку та можливості варіювати ними, своєчасно реагуючи на зміни кон’юнктури ринку (попиту та пропозиції)” [23]. Розглянемо загальні принципи адаптивної логістичної системи ціноутворення, яких підприємство дотримується під час встановлення цін, просуваючи свою продукцію [1; 2; 24]:

- забезпечення адаптивності логістичної системи ціноутворення напрямам та стратегії економічного розвитку підприємства: цілям, завданням, ціновій політиці, життєвому циклу товару та підприємства;
- забезпечення зв’язку адаптивної логістичної системи ціноутворення із кон’юнктурою ринку відповідних товарів і змін вимог та уподобань споживачів поточним ко-

ливанням попиту на відповідну продукцію, визначенням вимог відповідного сегмента ринку;

- урахування специфіки маркетингової логістичної системи ціноутворення: видів, форм збуту, каналів збуту, узгодження збутової мережі відповідному післяпродажному сервісу, системи розрахунку за товар (можливості надання товарного кредиту, лізингу), організація рекламування;

- забезпечення зв’язку адаптивної логістичної системи ціноутворення із технічними особливостями техніки, що реалізується: рівня ремонтпридатності, рівня якості і дизайну, рівня новизни техніки для споживача;

- забезпечення зв’язку адаптивної логістичної системи ціноутворення з якістю передпродажного та післяпродажного обслуговування покупців: можливість надання широкої номенклатури послуг протягом всього процесу реалізації та експлуатації придбаної техніки, забезпечення високого рівня обслуговування;

- забезпечення гнучкості адаптивної логістичної системи ціноутворення: своєчасний перегляд окремих її параметрів відповідно до зміни кон’юнктури ринку, стадії життєвого циклу техніки і виробника, оновлення асортименту та інших специфічних умов збуту техніки.

З метою розроблення для підприємства оптимальної адаптивної логістичної системи ціноутворення необхідно визначити відповідні функції. З урахуванням маркетингової спрямованості основні функції адаптивної логістичної системи ціноутворення підприємства можна визначити так:

- збір інформації про конкурентів, ринок, організацію збуту;
- оптимальне врахування потреб споживачів;
- встановлення і визначення основних цілей і завдань;
- стратегічне і тактичне спрямування методів ціноутворення;
- розроблення та вдосконалення забезпечення процесу реалізації продукції;
- управління та контроль за цінами.

З огляду на розглянуті принципи, процес формування адаптивної логістичної системи ціноутворення, відповідно до цілей і завдань підприємства, охоплює чотири основних етапи (рис. 5) [25, 54–60].

Урахування специфіки експлуатації сільськогосподарської техніки, аналіз економічних особливостей умов створення, освоєння та організації її виробництва дає змогу з'ясувати вхідні параметри маркетингу для обґрунтування адаптивної маркетингової системи ціноутворення. Цими параметрами є: географічна концентрація структури галузевого ринку; порівняно невелика кількість типів споживача; монополістична конкуренція; новий технічно і технологічно складний тип товару (іноді за індивідуальним замовленням, наприклад, фермерського, сільського господарства); специфічні виробничі та соціально-економічні потреби сільськогосподарського виробництва; переважно раціональні (регіональні умови сільського господарства) мотиви попиту на продукцію (вплив реклами менш значне); канали руху товару здебільшого прямі, що дає можливість обґрунтувати адаптивну маркетингову систему ціноутворення підприємств-виробників сільськогосподарської техніки, яка ґрунтується на цінах на сільськогосподарські машини, що є економічно обґрунтованими, тобто максимально наближеними до суспільно необхідних затрат праці через “верхній” ліміт ціни (гарантія мінімальної ефективності споживачеві)

і “нижній” ліміт ціни (гарантія мінімальної ефективності виробнику).

З урахуванням значущості використання логістики на підприємствах сільськогосподарського машинобудівного комплексу запропоновано концептуальну модель адаптивної логістичної маркетингової системи ціноутворення (див. рис. 6), яка включає методологічні принципи (системності, комплексності й цілісності, адаптивності, інтегрованості, конкретності, надійності) з урахуванням особливостей сільськогосподарського машинобудування: сільськогосподарське машинобудування є вузькоспеціалізованою галуззю (спеціалізується на технічному переозброєнні виключно сільського господарства, забезпечує функціонування агропромислового комплексу країни, рівень оснащеності всіх галузей сільськогосподарського виробництва, насиченість вітчизняного ринку продуктами харчування), ефективність маркетингової діяльності підприємства при реалізації продукції сільськогосподарського машинобудування значною мірою зумовлена характером поведінки кінцевих споживачів, конкурентів та інших учасників ринкового процесу. Їхні потреби та вимоги визначаються особливостями кон'юнктури ринку, що завжди необхідно враховувати під час формування та впровадження на практиці цінової тактики підприємства. Основні положення концептуальної моделі формування й ефективного функціонування логістичної марке-

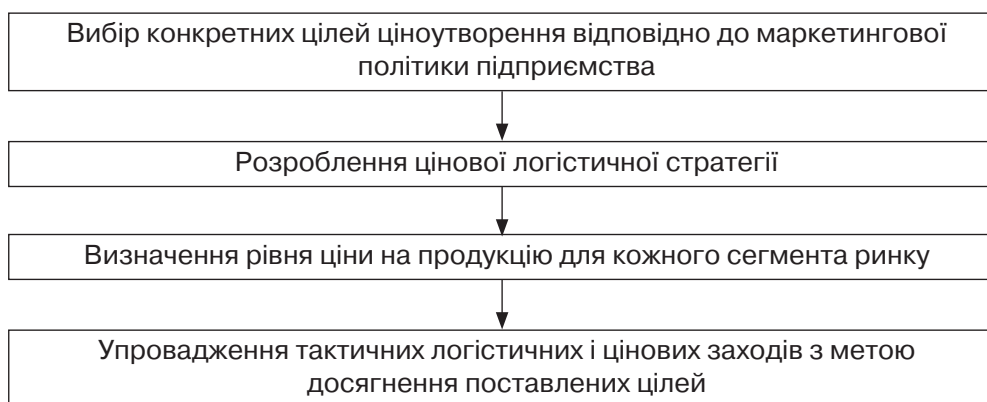


Рис. 5. Алгоритм формування адаптивної логістичної системи ціноутворення підприємства

тингової системи ціноутворення полягають у тому, що підприємство з певних причин може змінювати рівень ціни на продукцію залежно від вимог, переваг споживачів та логістичної специфіки обслуговування кожного сегмента ринку. Такий підхід пояснюється тим, що більшість вітчизняних підприємств сільськогосподарського машинобудування при коригуванні рівня ціни в основному спираються на внутрішні чинники діяльності без належного врахування можливих дій конкурентів на зовнішньому ринку, посередницької ланки та кінцевих споживачів.

Реалізація запропонованого організаційно-економічного механізму здійснюється в такій послідовності: аналіз наявної логістичної діяльності на підприємстві й виявлення проблем щодо своєчасного обслуговування кожного з сегментів ринку збуту; формулювання основних стратегічних, тактичних і операційних цілей функціонування логістичної системи ціноутворення й розроблення планів їх досягнення; визначення елементів логістичної системи ціноутворення й формування зв'язків між ними; побудова логі-

стичної системи ціноутворення підприємства (див. рис. 7). Запропонований механізм формування адаптивної логістичної маркетингової системи ціноутворення підприємства сільськогосподарського машинобудування спрямований на створення макро- і мікрологістичної підсистем: у першій відбувається керування логістичною діяльністю та процесом адаптивного ціноутворення при взаємодії підприємства з покупцями й постачальниками, у другій — управління й інтеграція логістичних операцій, що протікають усередині підприємства.

При цьому обов'язковою умовою роботи цих підсистем є їхня інтеграція на наступних рівнях у рамках маркетингової системи ціноутворення підприємства: на першому рівні відбувається процес об'єднання всіх маркетингових потоків усередині підприємства; на другому рівні — кооперування й координування маркетингових підсистем постачальників, покупців з підприємством сільськогосподарського машинобудування; на третьому — взаємодія логістичної маркетингової системи ціноутворення підприємств з

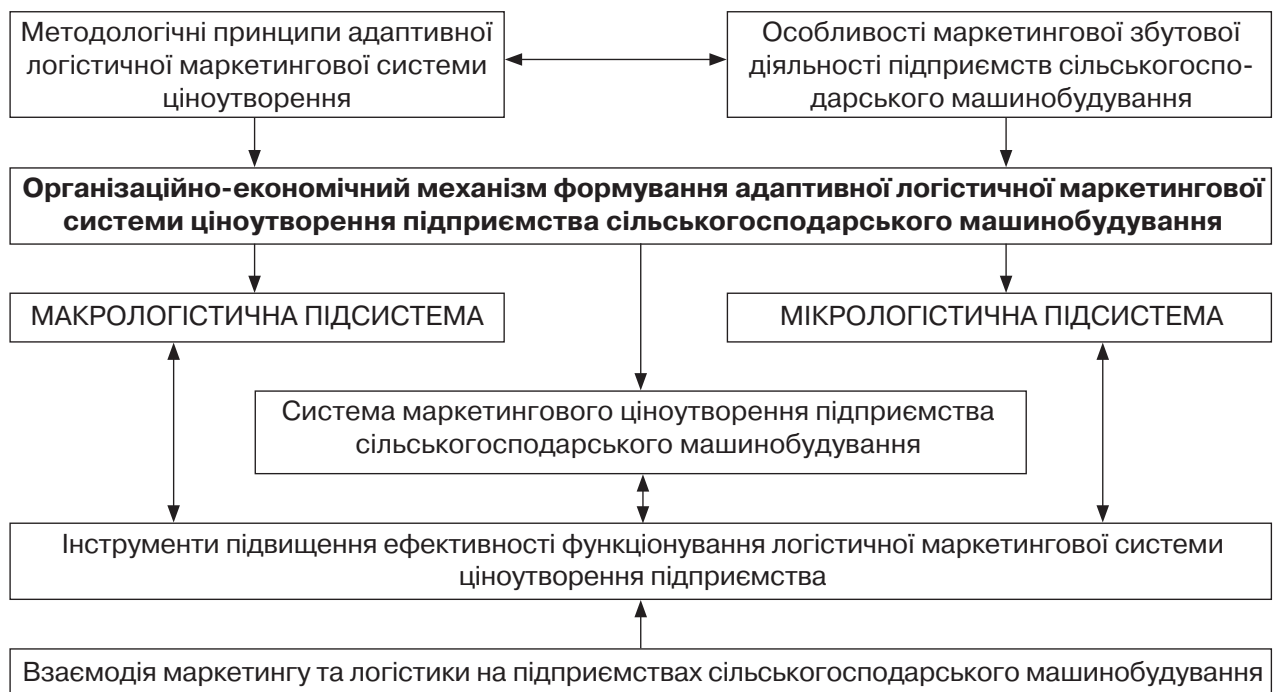


Рис. 6. Концептуальна модель формування та ефективного функціонування логістичної маркетингової системи ціноутворення підприємства сільськогосподарського машинобудування

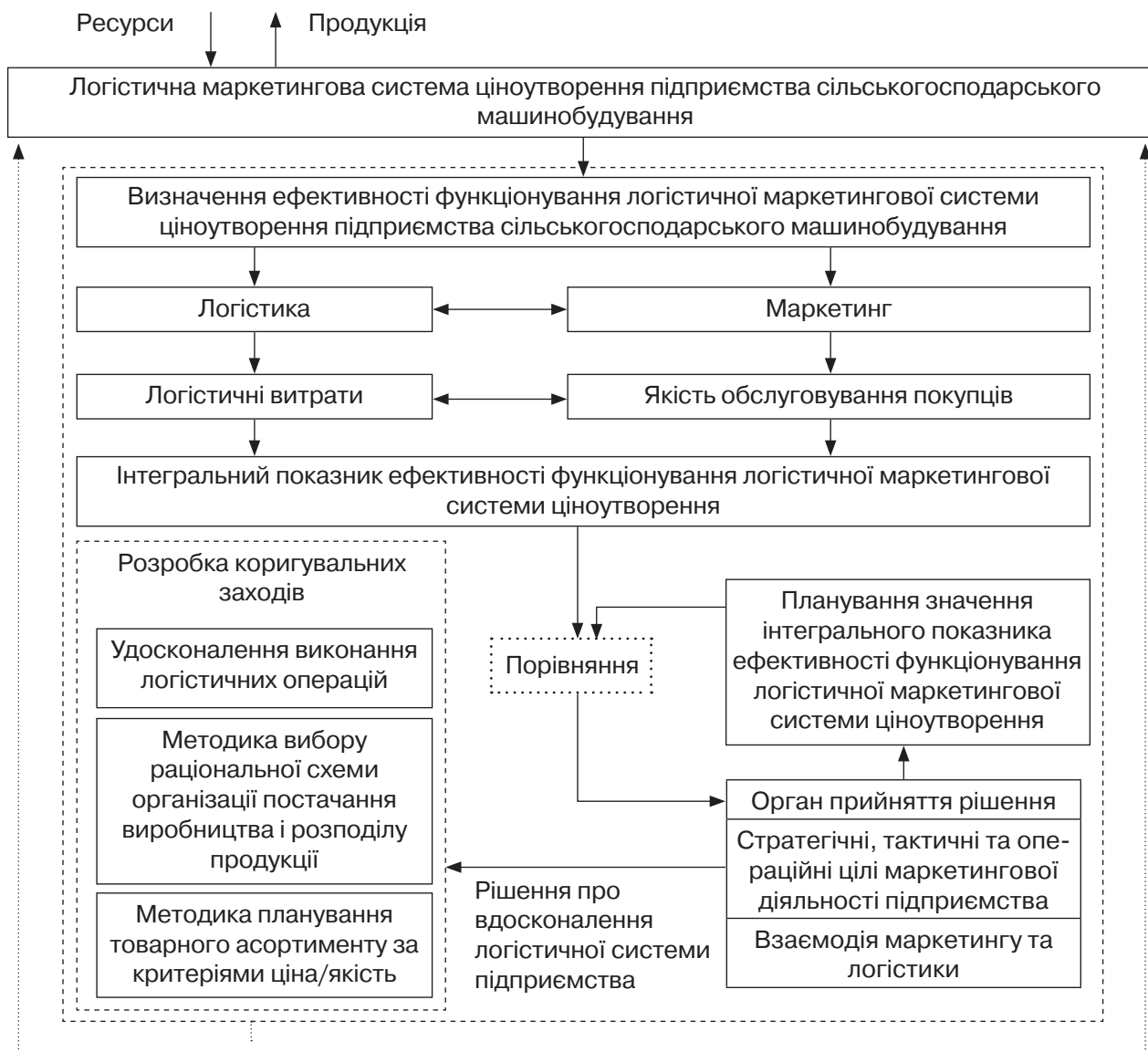


Рис. 7. Схема підвищення ефективності функціонування логістичної маркетингової системи ціноутворення підприємства сільськогосподарського машинобудування

інформаційними системами державних органів керування, які впливають на рух інформаційних і матеріальних потоків та інтегрований процес адаптивного ціноутворення [8; 20; 21].

Отже, здійснення інтеграції так само дасть змогу приймати управлінські рішення, які враховують як інтереси покупців, постачальників і підприємства, так і сільськогосподарського машинобудування загалом. Для підвищення ефективності діяльності логістичної маркетингової системи ціноутворення використовуються такі інструменти (рис. 7): методики визначення ефективності

функціонування логістичної маркетингової системи ціноутворення, вибору раціональної схеми постачання виробництва й розподілу готової продукції, планування товарних асортиментів і методи вдосконалювання виконання логістичних операцій та методів адаптивного ціноутворення. Застосування перерахованих інструментів дасть змогу поліпшити якість обслуговування покупців при раціональних логістичних витратах і підвищити результативність діяльності підприємств сільськогосподарського машинобудування в цілому.



Література

1. Азрилиан А. Большой бухгалтерский словарь / А. Азрилиан. — М.: КНЕУ, 2002. — 358 с.
2. Артус М. М. Функціонування системи цін у фінансовому механізмі ринкової економіки України: Монографія / М. М. Артус. — К.: Новий Світ, 2008. — 306 с.
3. Артус М. М. Механізм ціноутворення та функціонування в умовах ринку / М. М. Артус // Фінанси України. — 2007. — № 10. — С. 103–107.
4. Аксимова И. М. Промышленный маркетинг / И. М. Аксимова. — К.: Знання, 2000. — 293 с.
5. Бабур Л. Г. Ціни і ціноутворення / Л. Г. Бабур, О. Г. Лялюк. — Вінниця: Вид-во ВНТУ, 2004. — 119 с.
6. Балабанова Л. В. Цінова політика торговельного підприємства в умовах маркетингової орієнтації: Монографія / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. — Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. — 149 с.
7. Горемыкин В. А. Основы технологии лизинговых операций / В. А. Горемыкин. — М.: Информцентр XXI века, 2005. — 944 с.
8. Дейли Д. Эффективное ценообразование — основа конкурентного преимущества / Д. Дейли; [пер. с англ.]. — М.: Изд. дом “Вильямс”, 2004. — 304 с.
9. Долгушина Ю. Б. Лизинг / Ю. Б. Долгушина. — М.: Бератор, 2002. — 128 с.
10. Козлов Д. В. Совершенствование лизингового процесса в региональном АПК / Д. В. Козлов // Экон. науки. — 2006. — № 9. — 24 с.
11. Коллз Р. Л. Маркетинг сельскохозяйственной продукции / Р. Л. Коллз, Дж. Н. Ул.; [пер. с англ. В. Г. Долгополова]. — 8-е изд. — М.: Колос, 2000. — 512 с.
12. Корінев В. Л. Аналіз ціноутворюючих чинників / В. Л. Корінев // Актуальні пробл. екон. — 2004. — № 11 (40). — С. 101–107.
13. Лапыгин Ю. Н. Лизинг / Ю. Н. Лапыгин, Е. В. Сокольских. — М.: Акад. проект, 2005. — 432 с.
14. Ліфанов С. IV Міжнародний форум “Промисловий маркетинг”. Який шанс криза дає B2B маркетингу? / С. Ліфанов // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 3. — С. 4–14.
15. Макаренко Т. І. Моделювання та прогнозування у маркетингу / Т. І. Макаренко. — К.: Центр навч. л-ри, 2005. — 154 с.
16. Минетт Ст. Маркетинг B2B и промышленный брендинг / Ст. Минетт; [пер. с англ.] — М.: Изд. дом “Вильямс”, 2008. — 208 с.
17. Мороз О. О. Інституціональна система аграрної економіки України / О. О. Мороз. — Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2006. — 438 с.
18. Наказ Міністерства промислової політики України “Про затвердження Методичних рекомендацій з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості” від 09.07.07 р. № 373 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://uazakon.com/documents/date_6m/pg_gcgewy.htm
19. Немцов В. Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. — К.: ТОВ “УВПК “Екс Об”, 2002. — 595 с.
20. Организация маркетинга и бизнеса в аграрной сфере / В. Г. Гусаков, А. Е. Дайнеко, Л. Н. Байгот и др. — Минск: БелНИИ аграрной экономики, 2004. — 232 с.
21. Основы маркетингу / С. І. Чеботар, М. Г. Шевчик, І. В. Рябчик та ін.; за ред. Є. В. Савельєва, С. І. Чеботаря. — К.: Наш час, 2005. — 238 с.
22. Перерва П. Г. Управління маркетингом на машинобудівних підприємствах / П. Г. Перерва. — Х.: Основа, 2007. — 288 с.
23. Поточна кон’юнктура і прогноз ринків сільськогосподарської продукції та продовольства в Україні на 2008/2009 маркетинговий рік / За ред. О. М. Шпичака, А. В. Розгон. — К.: ННЦ ІАП УААН, 2009. — 225 с.
24. Саблук П. Т. Стан і перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П. Т. Саблук // Економіка України. — 2008. — № 12. — С. 4–18.
25. Саблук П. Т. Основні положення нової економічної парадигми національної продовольчої безпеки України в XXI ст. / П. Т. Саблук // Економіка України. — 2002. — № 5. — С. 54–60.
26. Салижанов И. К. Ценообразование / И. К. Салижанов. — М.: Знание, 2006. — 157 с.
27. Сардак Е. В. Ценовая политика в условиях маркетинговой ориентации торговых предприятий / Е. В. Сардак. — Донецк: ТД Донбас, 2008. — 34 с.
28. Ціноутворення та нормативні витрати в сільському господарстві (теорія, методологія, практика). — Т. 1. Теорія ціноутворення та технологічні карти вирощування сільськогосподарських культур. — К.: ННЦ “Ін-т аграрної економіки УААН”, 2008. — 697 с.
29. Шумейко В. Організаційні структури управління маркетингом на виробничих підприємствах / В. Шумейко // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 1. — С. 46–49.

На основі змістового аналізу нових управлінських концепцій, а також основних теоретичних і методологічних підходів встановлено, що маркетингову адаптивну систему ціноутворення підприємства-виробника сільськогосподарської техніки можна визначити як систему принципів, методів і етапів прийняття рішень щодо врахування впливу цін на поведінку споживачів, орієнтації на ринок; ситуаційності управління та альтернативності стратегічних рішень щодо просування техніки на ринки збуту; активності впливу на галузевий ринок, а також на зовнішню і внутрішню сфери; оперативності і лідерства продажу аграрної техніки з урахуванням вимог регіонально-географічних галузевих ринків сільськогосподарської техніки.

На основе содержательного анализа новых управленческих концепций, а также основных теоретических и методологических подходов установлено, что маркетинговую адаптивную систему ценообразования предприятия-производителя сельскохозяйственной техники можно определить как систему принципов, методов и этапов принятия решений по учету влияния цен на поведение потребителей, ориентации на рынок; ситуационности управления и альтернативности стратегических решений по продвижению техники на рынки сбыта; активности воздействия на отраслевой рынок, а также на внешнюю и внутреннюю сферы; оперативности и лидерства продажи аграрной техники с учетом требований регионально-географических отраслевых рынков сельскохозяйственной техники.

Based on the semantic analysis of new management concepts and major theoretical and methodological approaches found that marketing adaptive pricing system of the manufacturer of agricultural machinery can be defined as a system of principles, methods and stages of decision-making on the effect of prices on consumer behavior, targeting the market; situatsiynosti management and alternative strategic decisions to advance the technology to markets; activity impact on the industry market as well as foreign and domestic sphere; efficiency and leadership sales of agricultural machinery to meet the requirements of industry and geographic regional markets for agricultural machinery.

Надійшла 10 листопада 2014 р.

МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ЇХ РЕАЛІЗАЦІЇ

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 236–240

Розглянуто моделі управління розвитком національної економіки, їх основні складові, принципи та особливості їх формування.

З метою забезпечення сталого розвитку національної економіки в контексті впливу глобальних явищ і процесів необхідною є розробка системи підходів щодо дослідження параметрів національної економіки та її структурних і функціональних складових в умовах впливу зовнішніх процесів, їх прикладне використання, що має узгоджуватися з комплексом управлінських рішень у цій сфері.

Зважаючи на вплив процесів зовнішнього походження на економіку держави, важливим є визначення ключових ознак процесу управління її розвитком. Воно повинно враховувати основні показники держави та, крім того, характеристики глобальних процесів, що мають відношення до України.

Подібні засади доцільно визначати в межах моделей управління. Зазначимо, що нині управління не визначається чіткою приналежністю до конкретної моделі. Залежно від особливостей розвитку ситуації процес управління може визначатися вагомими варіаціями. Така ситуація не формує позитивного впливу на забезпечення сталого розвитку національної економіки та її основні показники. Крім того, це несприятливо впливає на макроекономічну ситуацію в державі, зважаючи на те, що наслідки управління напружують впливають на базові показники розвитку.

Водночас у зовнішньому вимірі ситуація є не набагато кращою. Глобальні організації не виконують функцію регулювання впливу

і прояву зовнішніх процесів у межах території держави. Здебільшого вони стикаються з комплексом проблем, які потребують певного часу для свого вирішення. У цій ситуації держава сама повинна дбати і піклуватися про власний розвиток щодо взаємодій із зовнішніми процесами.

Таким чином, недоліки у сфері управління стосуються як держав, так і глобальних організацій. У цьому відношенні відзначимо, що саме держави відчують від подібної ситуації найбільший негатив, оскільки вона може призвести до зменшення їх ролі і значення.

Однак, на думку Я. Корнаї, для поточного періоду характерна ситуація, коли держава часто виявляє надмірну активність, якщо для цього немає достатніх підстав, та є пасивною у сферах, які потребують постійного або тимчасового державного втручання. На основі цієї позиції увага акцентується на пасивності держави у важливих питаннях, які часом становлять національний пріоритет. До таких належить і формування підходів до управління в межах внутрішніх систем.

Для держави у ситуації, що склалася, важливою є чітка позиція як щодо власного розвитку, так і щодо підходів і пріоритетів до можливостей управління процесами. Розглядаючи державні стратегії в епоху глобальних змін, зазначається про те, що “дієздатність держави залежить не тільки від переваг, які надаються глобалізацією; ще більше вона залежить від того, як держави самі визначають

себе в поточній силовій метагрі” [1, 233]. З огляду на це, можливо припустити, що пріоритетну роль відіграє саме позиція держави та її ставлення до того, яке її місце і значення у глобальних процесах. Можливо провести аналогію і щодо засад управління власним розвитком — від позиції держави значною мірою залежить успішність заходів.

Визначаючи особливості моделей управління розвитком, зазначимо, що модель передбачає теоретизовану систему, яка за своїм змістом найбільш повно відображає дійсність у межах конкретної сфери. Незважаючи на свій теоретичний зміст, вона повинна орієнтуватися на реальні можливості. Зважаючи на існування управлінського принципу, модель має передбачати систему заходів управління (засади, механізми, стратегія тощо). Подібні заходи повинні визначатися реалістичними рисами та бути можливими до свого впровадження і використання.

Управлінські дії в межах моделей реалізуються на основі конкретних принципів, одним із яких є системність. Це повинно стосуватися не тільки питань впливів і взаємодій, а й інших проблем менеджменту конкретних процесів. Системність передбачає врахування й охоплення управлінськими діями всього комплексу об’єктів, щодо яких здійснюються управлінські заходи. Крім того, заходи управління повинні бути системними за своїм походженням і визначатися холистичним спрямуванням.

Принцип “мінімум ресурсів — максимум ефективного управління”. В межах поточного етапу розвитку відчувається нестача певного виду ресурсів, що властиво значній кількості держав світу. За цих умов необхідним є формування таких підходів до їх використання, які б давали змогу досягти найбільшого ефекту. За умови дотримання цього принципу досягатиметься ефективність управління та економія ресурсів.

Принцип оперативності. Враховуючи значні динамічні характеристики зміни ситуації, важливо, щоб управлінські дії відповідали цим процесам. Зволікання стосовно реалізації заходів може призвести до втрати можливості врегулювати ситуацію.

Принцип адресності. Необхідно, щоб управлінські дії визначалися чітким адресним спрямуванням — були спрямовані на конкретний об’єкт впливу. Спрямованість може стосуватися як загальної ситуації в межах держави, так і щодо її окремих аспектів (у межах систем, регіонів).

Принцип керованості. Важливо, щоб управлінські дії визначалися керованістю і були повністю підпорядкованими керівним впливам. Якщо суб’єкт управління генерує конкретний вплив, то дії повинні бути чітко в його контексті.

У контексті формування підходів до управління доцільним є аналіз особливостей розвитку глобальної системи. Згідно з думкою І. К. Бистрякова [2], якщо підходити до глобальної економіки як метаспростору, вона є сукупністю ієрархічних супідрядних систем. Подібний підхід і розуміння особливостей функціонування глобальних процесів можливо використати і стосовно засад управління розвитком. Основною сферою розгортання управлінських функцій держави і зовнішніх впливів є національна економіка як субпідрядна система.

Моделі визначаються на основі врахування таких принципів: поведінка зовнішнього впливу, роль і значення держави у процесі взаємодії (вона є пасивна чи активна), загальна ситуація щодо можливостей управління.

Кожна з моделей передбачає наявність таких складових: “національна економіка” (до складу якої належать її системи) в територіальному вимірі, “зовнішні глобальні впливи” (фінансові, економічні, соціальні, екологічні та ін.), “управлінські функції держави” (які конкретизуються в межах інструментів) [3]. Між цими складовими спостерігається тісний зв’язок, який може визначатися двосторонніми контактами.

Управління розвитком національної економіки розглядається як елемент структурно-компліментарного підходу забезпечення ендогенного функціонування. Його зміст полягає в тому, що забезпечення сталого розвитку національної економіки в контексті впливу глобальних процесів досягається на основі реалізації системи заходів із визначення ба-

зових векторів дії, стратегічних пріоритетів та інструментів регулювання. Таким чином, підхід передбачає врахування двох елементів — визначення параметрів впливів та засад управління (в межах стратегічних пріоритетів та інструментів регулювання), що доповнюють один одного.

Модель I. Глобальна експансія. Має місце у випадку, коли зовнішні впливи здійснюють агресивну політику щодо національної економіки. Взаємодія у цьому випадку має переважно односторонній характер. Подібний сценарій розвитку подій, з огляду на вагому усталеність тенденцій, формувався роками. Глобальні процеси значною мірою акумулювалися в межах держави і мають достатньо можливостей для подальшого розвитку. За умови своєї ефективності подібна ситуація може призвести до тотального включення держави до глобальних процесів.

Враховуючи зазначене, можливості управління є досить обмеженими. Одним із шляхів вирішення ситуації та відстоювання державних інтересів є впровадження і використання системних заходів, спрямованих на охоплення всього спектра зовнішніх впливів, що локалізуються в державі. Це, у свою чергу, потребує вагомих змін у законодавчому, адміністративному та регуляторному напрямках.

Як відповідь на зовнішні виклики модель за своїм характером є агресивною і спрямована на системне вирішення та управління можливими ризиками і загрозами. Для використання подібної моделі необхідна чітка і цілеспрямована позиція уряду, функціональна і галузева узгодженість дій та вагоме ресурсне забезпечення. За наявності цих передумов держава отримує можливості управління взаємодією. Недоліком моделі є надмірне використання адміністративних методів, які часом можуть не визначатися вагомим дотриманням ліберальних принципів.

Модель II. Сегментарні впливи. Зовнішні процеси не впливають так істотно, як у межах попередньої моделі, а він є переважно вибіркоким. За умови реалізації такого сценарію національна економіка також стикається з істотним пресингом, однак він може зачіпати окремі складові національної економіки або

простору держави. Це можуть бути впливи щодо фінансової, економічної, соціальної або екологічної системи.

Зважаючи на вибіркоковий вплив, можливості управління є більш широкими на відміну від попередньої моделі. Здебільшого заходи щодо управління мають точковий, локальний характер і спрямовані на коригування ситуації в межах окремих складових національної економіки.

Модель за своїм змістом є більш лояльною до можливостей впливу на глобальні процеси, враховуючи не тотальний характер їхньої дії. За умови реалізації сценарію розвитку подій відповідно до цієї моделі, ресурсне забезпечення може і не визначатися вагомими значеннями. Одним із недоліків моделі є її відносна автономність щодо решти напрямів, які не перебувають у сфері вагomeго впливу глобальних процесів.

Модель III. Глобальне партнерство. Взаємодія є двосторонньою. Зовнішні впливи під час діяльності в межах території держави не визначаються надмірною агресивністю поведінки. Партнерські відносини встановлені між зовнішніми впливами і внутрішнім простором. Тут наявне явище збалансованості внутрішніх і зовнішніх інтересів, коли реалізація одних не доводить до збитків інших.

Однак у реальному вимірі розвиток подій у межах такої моделі є певною мірою теоретичним. Це пояснюється тим, що зовнішні впливи, коли потрапляють до території держави, як правило, не надто переймаються внутрішніми інтересами країни-реципієнта. Основною є реалізація власного комплексу інтересів. Управління взаємодією проходить у звичайному режимі без термінового залучення додаткових ресурсів. За умови реалізації подібної моделі держава використовує ординарні механізми впливу і регулювання. Необхідно слідкувати, щоб на фоні партнерських відносин акценти співпраці не спрямовувалися у бік можливих ризиків, що можуть виникати з часом. У цьому випадку важливим є дотримання балансу щодо внутрішніх (держави) і зовнішніх інтересів.

Модель IV. Селективна (варіативна) підтримка. Взаємодія визначається наяв-

ністю державної системи, яка функціонує на основі принципу вибіркової присутності. Держава обирає окремі напрями, до яких направляє необхідні засоби. На основі цього тільки окремі сфери відчують вплив подібних державних дій, а решта перебуває у режимі звичайного функціонування.

Система управління підпорядкована основним напрямкам державних інтересів. Модель передбачає варіативну підтримку таких взаємодій. Для цього можливе використання поточних ресурсів, що дасть змогу нормалізувати ситуацію. За умови реалізації сценарію необхідний постійний загальний моніторинг усіх можливостей розвитку зовнішніх впливів, оскільки вибіркова державна підтримка в межах однієї сфери може відбуватися на фоні її відсутності в інших.

Модель V. Державні пріоритети. Зовнішні впливи при потраплянні до території держави, незважаючи на наявний потенціал, зустрічаються із чіткою системою державного управління, що здатна протистояти будь-якому впливові.

За умови реалізації моделі зовнішні впливи негативного спрямування ще до перетину державного кордону будуть більш виваженіше аналізувати свої можливості розкриття потенціалу в межах території держави. Незважаючи на весь комплекс наявних впливів та їхній потенціал, пріоритетними є державні

інтереси. Державна політика у цьому напрямі спрямована на директивне відстоювання внутрішніх інтересів. Держава у цьому відношенні виступає в ролі ініціатора формування підходів до управління взаємодіями.

У межах пропонованих моделей можливо виділити чітку тенденцію руху від пасивної позиції держави стосовно реагування на зовнішні впливи до активної. Відповідно, моделі розглядаються залежно від позиції держави щодо управління. Перші дві з них визначаються пасивними, наслідковими позиціями реагування з боку держави на зовнішні впливи; третя перебуває в медіанній позиції щодо можливостей державного реагування; четверта і п'ята визначаються активною участю держави в реагуванні, що позитивно впливає на її можливості відстоювання національних інтересів (див. рис.) [3].

Світова криза, яка охопила значну частину країн світу, ставить нові вимоги до системи менеджменту на різних ієрархічних рівнях. Якщо в умовах стабільного функціонування економіки однією з головних цілей менеджменту було формування і підтримання сталих тенденцій зростання показників на різних рівнях ієрархії, то в кризових умовах необхідно спрямовувати свої зусилля передусім на збереження наявного соціально-економічного потенціалу. Якщо допустити, що дія несприятливих факторів була некерованою

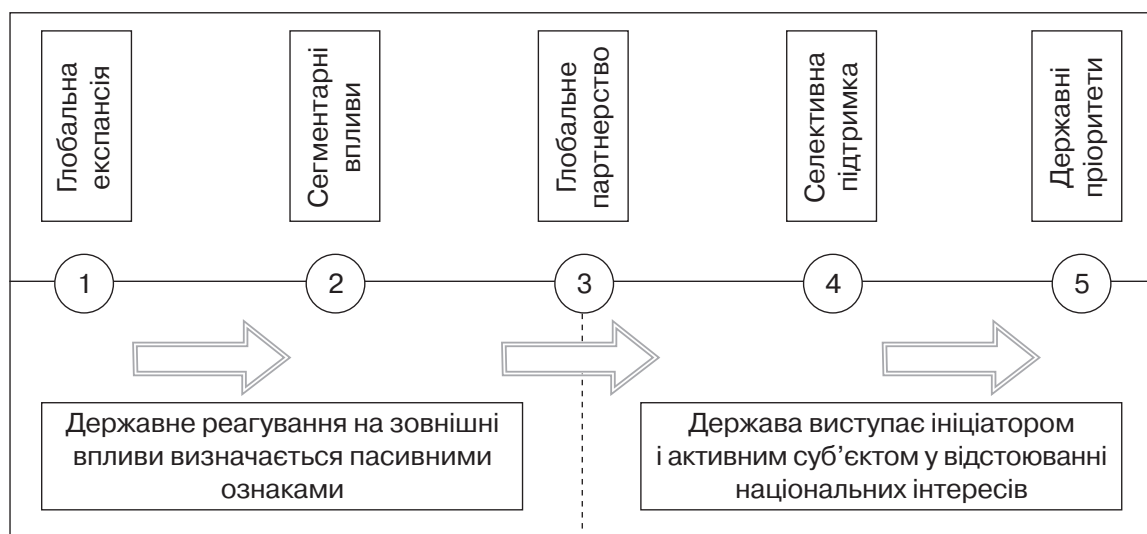


Рис. Позиція держави в межах моделей управління

та “вільно” впливала на вітчизняну систему, то і наслідки кризових явищ будуть чималими за масштабом.

З огляду на це, кризові явища ставлять нові вимоги до функціонування всіх суб'єктів. Образно кажучи, кризові явища є своєрідним лакмусовим папірцем, який виявляє рівень зрілості кожного суб'єкта і здатність його до протистояння різним негативним явищам. У разі слабких позицій суб'єкт стикається з питанням — або трансформуватися згідно з новими умовами і реаліями, або вийти з ринку.

З метою мінімізації кризових явищ необхідно впроваджувати системний менеджмент в умовах кризи, який здійснюється з метою недопущення руйнування наявного потенціалу та створення передумов для формування позитивних кількісних і якісних тенденцій розвитку для певної території.

Це здійснюється для того, щоб соціально-економічні системи на різних рівнях ієрархії

були здатними до стабільного функціонування та недопущення впливу зовнішніх кризових явищ на їх функціонування. Якщо вітчизняний досвід такого менеджменту буде неефективним та недовірливим, то це може призвести до негативних наслідків.



Література

1. Бек У. Власть и ее оппоненты в эпоху глобализма. Новая всемирно-политическая экономия / У. Бек. — М.: Территория будущего, 2007. — 464 с.
2. Бистряков І. К. Економічний простір: аспекти методологічного визначення / І. К. Бистряков, Л. Г. Чернюк; за заг. ред. Б. М. Данилишина. — К.: РВПС України НАН України, 2006. — 56 с.
3. Сундук А. М. Особливості трансформацій національного господарства в контексті процесів світового розвитку / А. М. Сундук // Економіка та держава: між-нар. наук.-практ. журнал. — 2011. — № 4. — С. 36–38.

Неухильне впровадження системного менеджменту в умовах кризи для певної території є необхідним заходом, з огляду на важливість створення передумов для формування позитивних кількісних і якісних тенденцій розвитку території, мінімізації кризових явищ, недопущення руйнування наявного потенціалу.

Неуклонное внедрение системного менеджмента в условиях кризиса для определенной территории необходимо, учитывая важность создания предпосылок для формирования положительных количественных и качественных тенденций развития территории, минимизации кризисных явлений, недопущения разрушения имеющегося потенциала.

Strict implementation of system management in crisis for a certain area is necessary in view of the importance of creating conditions for the formation of positive quantitative and qualitative trends of the area to minimize the crisis, to prevent the destruction of the existing building.

Надійшла 12 грудня 2014 р.

**МЕТОДИ ВИМІРУ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ
ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РЕСУРСУ**

Наукові праці МАУП, 2015, вип. 44(1), с. 241–245

Розглянуто методи виміру ресурсів, які становлять розвиток системних методологічних підходів і розрізняються принципами оцінки потенційних можливостей організації.

Активізація процесу формування інноваційної моделі розвитку економіки в Україні потребує розвитку досліджень організаційного ресурсу, створення передумов для розроблення дієвої структури управління діяльністю у сфері наукових технологій та інновацій. Структура, вочевидь, має відповідати ієрархії національного господарства і будуватись відповідно до сучасних принципів державного управління, а також адміністративного та інноваційного менеджменту.

Проблеми залучення організаційного ресурсу як провідного чинника забезпечення інноваційного розвитку економіки досліджують В. Геєць, Ю. Бажал, О. Марченко, І. Павленко, Н. Тарнавська, В. Семиноженко, Л. Федулова, А. Яковлев та ін. Слід відзначити, що в публікаціях як українських, так і зарубіжних науковців значущість організаційного ресурсу в розбудові інноваційної економіки акцентовано достатньо виразно, а сутність, природа, механізми формування та реалізації у своїй взаємодії і взаємовпливі вичерпно не досліджено.

Добре відомо, що серед факторів, які визначають економічний розвиток, три розглядаються як безпосередні засади спроможності економіки до зростання: природні ресурси; трудові ресурси; обсяг основного капіталу. Збалансованість ресурсів визначається технологією виробництва, що використовується, а саме, її модернізаційною гнучкістю стосов-

но ресурсів, що залучаються. У разі ігнорування інноваційних можливостей суб'єкт господарювання ризикує погіршити свій стан, стикаючись із обмеженим ресурсом. Уповільнення інноваційних процесів здебільшого призводить до втрати конкурентоспроможності, зниження обсягів виробництва. Інноваційний ресурс визначається як базовий для інтенсивного розвитку економіки. Системне запровадження нововведень — інновацій — дає змогу цілеспрямовано зміцнювати виробничі можливості новими перспективними матеріальними та організаційними елементами — чинниками економічного зростання. У джерел інноваційних процесів знаходяться нові знання, які наполегливо накопичуються та втілюються в принципово нові технологічні можливості. Інструментом перетворення нових знань у прогресивні технології виступає інститут інвестиційної діяльності та експлуатації виробничих фондів. Необхідно відзначити такі складові конкурентного попиту на інновації: прагнення бізнесу до оптимізації прибутковості та ініціювання особливого попиту на виробничий продукт.

Організаційні системи і ресурси є об'єктом досліджень у теорії управління, зокрема, у галузі макро- і мікроекономіки та ін. Залежно від мети розвідки у теорії організаційних систем застосовуються відповідні методи досліджень. Фундаментальним і найпоширенішим методом аналізу і синтезу оптимального

управління є математичне моделювання, що дає змогу віртуально випробувати керувану систему щодо реакції на зовнішні та внутрішні впливи, у тому числі керуючі. Таким чином, можливо обрати прийнятні алгоритми і структури управління, що відповідатимуть оптимальній побудові й поведінці системи, що створюється.

Відповідні математичні моделі розробляються із застосуванням підходів та методів, що вивчаються у теорії активних систем [1] та в теоретико-ігрових: класичній теорії ігор [2], теорії кооперативних ігор, теорії ігор, що повторюються; теорії ієрархічних ігор, методах рефлексивних ігор. Застосовуються теорія і методи оптимізаційного моделювання, зокрема, таких її розділів, як дослідження операцій, математичне програмування (що розвинене і розгалужене на лінійне, нелінійне, квадратичне, опукле, стохастичне, динамічне, дрібно-раціональне, багатокритеріальне та інші напрями математичного програмування). З інших математичних розділів застосовуються для зазначених цілей теорія оптимізації; дискретна математика; теорія графів, теорія прийняття рішень, теорія розкладів та її підгалузі; теорія контрактів [3–4] та ін.

Значення та сутність організаційного капіталу виразно виявляються в контексті розгляду знання як організаційного ресурсу. З відомої точки зору [5] організаційний капітал є складовою структурного капіталу, що має назву працездатної системи організації компанії, де втілені систематизовані знання. На тлі функціонування системи здійснюється керування ресурсами компанії.

Для оцінки організаційного капіталу певного бізнес-проекту застосовується низка показників, серед яких: спосіб застосування інформаційних систем та обсяг їхніх функцій; склад і оснащення організаційних структур в адміністративній системі; обсяг інвестицій в нові методи управління і НДДКР, в інформаційні системи, загалом в інформаційні технології в межах проекту. В окремих випадках враховуються: сталість організації та її вік, плінність керівного персоналу; кількість ІТ-пристроїв, що припадають на одного співробітника та ін.

На національному рівні організаційний капітал сукупності бізнес-проектів утворює національну інноваційну систему, показниками якої є обсяг інвестицій у НДДКР, кількість поданих на реєстрацію та зареєстрованих патентів, активність створення нових високотехнологічних проектів. Дотичні показники національного організаційного капіталу оцінюють підготовленість спеціальної інфраструктури для оброблення й обігу інформації у бізнес-середовищі — забезпеченість країни сучасними комунікаційними мережами.

На персональному рівні творча енергія особистості, що є одним із найпотужніших джерел організаційного капіталу, може отримати оцінку за методичним підходом О. Н. Мельникова [6]. Сутність підходу полягає у визначенні коефіцієнта творчої енергії особистості через співвідношення N/t та відображає рішення завдання актуального задоволення ринкових потреб (N) саме в економічно виправданий період часу (t). Вважається, що показник творчої енергії особистості (співвідношення N/t) є по суті оцінкою витрат інтелектуального капіталу, що витрачається на виконання робіт із задоволення тих або інших потреб.

Альтернативним підходом є спеціальне тестування співробітників-новачків і періодична експертна оцінка співробітників зі стажем не менше трьох місяців з метою уточнення потенційних напрямів розвитку параметрів творчої енергії [7].

Важливою складовою організаційного капіталу є інтелектуальний ресурс, що також має свої оціночні показники.

Швидкість зростання інтелектуальних ресурсів визначається:

$$V_1 = \frac{dI}{dt} = \frac{dA_1}{dt} = k_1 I, \quad (1)$$

де V_1 — швидкість зростання інтелектуальних ресурсів; $I = eX$ — обсяг інвестицій в інтелектуальну сферу; A_1 — збільшення обсягу інтелектуальних ресурсів, пов'язане з інвестуванням.

Швидкість деградації інтелектуальних ресурсів:

$$\left\{ \begin{array}{l} V_2 = -\frac{dA_2}{dt} = k_2 A, \\ X(t+1) = (p_0 + p_1 A(t)) \frac{XR}{R + gX}, \\ R(t+1) = R(r) - \frac{XR}{R + gX} + h + \\ \quad + [A(r) + \alpha A(r)(A_{\max} - A(r))]. \end{array} \right. \quad (2)$$

$$A(t) = \frac{k_1 eX}{k_2 - k_1} (e^{-k_2 t} - e^{-k_1 t}), \quad (3)$$

де V_2 – швидкість деградації інтелектуальних ресурсів; $X(t)$ – обсяг виробництва; $R(t)$ – обсяг доступних ресурсів; $A(t)$ – рівень інтелектуального потенціалу; k_1 – константи інтенсивності зміни параметрів; α – коефіцієнт приросту інтелектуального потенціалу; g , β , p – коефіцієнти транзитивності; h – параметр освоєння інновацій.

У разі якщо інтелектуальні ресурси слабкі або використовуються непродуктивно, вважається, що економіка перебуває у фазі екстенсивного розвитку. Зазвичай це нерозвинена, відстала за сучасними оцінками економіка, що використовує як фактор зростання масштабне залучення сировинного ресурсу.

Узагальнюючий показник вартості інтелектуального ресурсу, або інтелектуального капіталу, є абсолютним кількісним показником і застосовується як до інтелектуального капіталу загалом по компанії, так і до кожної складової ресурсу. Для оцінки ефекту прямої синергії – трансформації людського капіталу в структурний – застосовується математичний вираз, мультиплікатор Едвінсона, що дає змогу зіставити якісний показник вартості людського капіталу та відносний кількісний показник вартості структурного капіталу в абсолютно кількісному вираженні:

$$M_{IC} = \frac{HC}{SC}, \quad (4)$$

де M_{IC} – мультиплікатор інтелектуального капіталу, що характеризує трансформацію інтелектуального ресурсу і структурного капіталу; HC – величина інтелектуального ресурсу, грн; SC – величина структурного капіталу, що стосується організаційного ресурсу, грн.

Загально визнано, що міра дієвості економічних перетворень залежить від відповідності висунутих цілей потребам господарюючих суб'єктів, урахуванням особливостей середовища, що в кінцевому підсумку обумовлює часові рамки й рівень позитивного ефекту. Вплив цих умов і чинників розвитку соціально-економічних утворень можливо оцінити завдяки застосуванню інституціонального аналізу. Такий аналіз виявляє зміни в структурі прав власності та впливає на умови функціонування мікропросторових територій, дає змогу оцінити потенціал їхнього розвитку з позицій міждисциплінарного підходу [8]. За глобальної фінансово-економічної кризи багато компаній опиняються на межі банкрутства, проте деякі з них на цьому завершують своє існування, а інші, вишукуючи ресурси й переборюючи перепони, успішно відновлюють роботу, розвиваються й незабаром домінують на світовому ринку.

В аналітичному виді закон має такий вигляд [9]:

$$\sum_{i=1}^n R_i \geq \sum_{i=1}^n (\lambda_i + \alpha_i), \quad (5)$$

де R_i – потенціал (ресурс) організації в галузі (економіка, політика, фінанси та ін.), що сприяє її розвитку; λ_i – ресурс зовнішнього руйнівного впливу; α_i – ресурс внутрішнього впливу, що прагне ліквідувати організацію або завдати їй відчутної шкоди.

Вочевидь, для успішної перспективи бізнесу загальна сума творчих ресурсів компанії повинна перевищувати суми зовнішніх і внутрішніх деструктивних ресурсів.

Компанія існує доти, доки здатна подолати негативний вплив зовнішнього інституціонального оточення, впроваджуючи нестандартні організаційно-фінансові, концептуально-мисленнєві й політичні рішення.

У такий спосіб компанія зміцнює себе на ринку, позбавляючись також внутрішніх деструктивних конкурентних процесів, востає в соціально-політичне середовище і знаходить можливості закріпитись у ньому за рахунок ефективних комунікативних типів взаємодій (так звані комунікативні переговори майданчики), а сценарії соціальної дії

створюють умови для більш продуктивної діяльності компанії [10].

Проблемним питанням щодо обґрунтування кількісних параметрів організаційного ресурсу є обмеження масштабів керівного апарату в системі управління з огляду на відомий постулат: за зростання чисельності підлеглих в арифметичній прогресії обсяг контрольованих відносин зростає в геометричній. Відомий так званий принцип В. Грайкунаса. Його автор найдоцільніше математично сформулював цю норму. Відповідно до введеного ним принципу максимально можливе число відносин між членами організації визначається за формулою [11]:

$$F = a + b + c = n(2^n : 2 + n - 1), \quad (6)$$

де F — загальне число можливих відносин; a — число прямих відносин; b — число відносин, що перехрещуються; c — число групових відносин; n — число підлеглих.

Огляд методологічних підходів та інструментарію виміру й оцінки ефективності застосування організаційного ресурсу свідчить про те, що розроблювані методи оцінки ресурсів створюються для розвитку системних методологічних підходів і ґрунтуються на критеріях оцінки потенційних можливостей організацій. Враховуючи багатовимірність та складність досліджуваного предмета, безумовно актуальним виглядає подальший розвиток теоретичних підходів та методичних прийомів для застосування у практиці становлення й реалізації організаційного ресурсу компанії чи території в умовах розбудови інноваційної економіки.

Отже, організаційний ресурс та ефективність його застосування можна оцінити за критеріями його впливу на ефективність процесів управління бізнесом або на зростання організаційного капіталу. Результатом оцінки може бути відносний кількісний показник ефективності процесів управління або низка показників організаційного капіталу на відповідних рівнях управління бізнесом.

Ефективність застосування організаційного ресурсу, як показав аналіз існуючих методичних підходів, можна оцінити з точки зору його впливу на ефективність процесів управління або на зростання організаційного капіталу.



Література

1. Чернов С. К. Проекты реструктуризации отраслевого машиностроения в контексте развития национальной инновационной системы: Монография / С. К. Чернов. — Николаев: НУК, 2006. — 172 с.
2. Чернов С. К. Риски и неопределенность в организационных проектах реструктуризации / С. К. Чернов // Радиоэлектронні і комп'ютерні системи. — 2006. — № 1. — С. 31–35.
3. Hoogeveen J. A., Van de Velde S. L. Stronger Lagrangian bounds by use of slack variables: applications to machine scheduling problems // Math. Prog. — 1995. — № 70. — P. 173–190.
4. Mookherjee D. Optimal incentive schemes with many agents // Review of Economic Studies. — 1984. — Vol. 51. — № 2. — P. 433–446.
5. Козлов А. Н. Методические подходы к количественной оценке интеллектуального капитала генерирующей компании: Автореф. дис. ... на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / А. Н. Козлов. — М., 2009. — 18 с.
6. Мельников О. Н. Неоплаченное богатство. Новые принципы управления трудовыми ресурсами предприятия / О. Н. Мельников // Российское предпринимательство. — 2001. — № 8.
7. Сухарев О. С. Модель инвестиций в интеллектуальные системы экономики / О. С. Сухарев, С. В. Шманев // Инвестиции в России. — 2005. — № 11.
8. Пак Хе Сунн. Инновации в управлении ресурсным обеспечением муниципальных образований: Автореф. дис. ... на соиск. учен. степ. д-ра экон. наук / Пак Хе Сунн. — СПб., 2009.
9. Владимирова И. Г. Организационные структуры управления компаниями / И. Г. Владимирова / Сайт консалтинговой компании "iTeam". — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_31/article_1237
10. Громыко Ю. В. Транснациональные русские корпорации и государство. — Вып. 11/12 (35/36), ноябрь-декабрь 2005 г. Война и Мир. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.situation.ru/app/i_art_1018.htm
11. Пригожин А. И. Дезорганизация: Причины, виды, преодоление / А. И. Пригожин. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 402 с.

Эффективность применения организационного ресурса, как показал анализ существующих методических подходов, можно оценить с точки зрения его влияния на эффективность процессов управления или на рост организационного капитала.

The effectiveness of organizational resources, as shown by analysis of existing methodological approaches can be evaluated in terms of its impact on the effectiveness of management processes or organizational capital growth.

Надійшла 12 грудня 2014 р.

In collection of scientific works the articles of research workers, who are engaged in the problems of development of economy and management, political science, psychology and law, are published.

For research workers, teachers, students, and also for everyone who is interested by development of science in Ukraine.

Наукове видання

НАУКОВІ ПРАЦІ МАУП

Випуск 44(1–2015)

Scientific edition

SCIENTIFIC WORKS OF THE INTER-REGIONAL ACADEMY OF PERSONNEL MANAGEMENT

Issue 44(1–2015)

Відповідальний редактор за випуск *А. А. Готюнник*
Коректори *Т. К. Валицька, Ю. А. Носанчук*
Комп'ютерне верстання *Н. В. Коваленко*
Оформлення обкладинки *О. О. Стеценко*

Підп. до друку 03.04.15. Формат 60×84/8. Папір офсетний. Друк ротаційний трафаретний.

Ум. друк. арк. 30,69. Обл.-вид. арк. 20,29. Наклад 300 пр.

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

ДП «Видавничий дім «Персонал»
03039, Київ-39, просп. Червонозоряний, 119, літ. ХХ

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів
видавничої справи ДК № 3262 від 26.08.2008 р.*

Надруковано в друкарні ДП «Видавничий дім «Персонал»