

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

НАУКОВІ ПРАЦІ
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВОГО ФАКУЛЬТЕТУ

Засновано в 1998 році

РИНКОВА ЕКОНОМІКА: СУЧАСНА ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ

ТОМ 2 (Випуск 1/3)

Одеса
Наука і техніка
2015

Редакційна колегія:

А.С.Васильєв, д-р юрид. наук, проф., академік НАПрН України (голова редакційної колегії);
Е.А. Кузнєцов, канд. екон. наук, доцент (заступник голови редакційної колегії).

Секція економічних наук:

О.В. Горняк, д-р екон. наук, проф.; **В.І. Захарченко**, д-р екон. наук, проф.; **М.М. Меркулов**, д-р екон. наук, проф.; **В.І. Осіпов**, д-р екон. наук, проф.; **М.П. Сахацький**, д-р екон. наук, проф.; **О.А. Турецький**, д-р екон. наук, проф.; **М.О. Уперенко**, д-р екон. наук, проф.;
О.Г. Янковий, д-р екон. наук, проф.; **А.В. Андрейченко**, канд. екон. наук, доцент (відповідальний секретар).

Секція юридичних наук:

І.С.Канзафарова, д-р юрид. наук, проф.; **Т.О. Коломоєць**, д-р юрид. наук, проф.;
Л.О. Корчевна, д-р юрид. наук, проф.; **О.І. Миколенко**, д-р юрид. наук, проф.;
О.П. Подцерковний, д-р юрид. наук, проф., член-кореспондент НАПрН України;
О.В. Приєшкіна, д-р юрид. наук, проф.; **Є.Л. Стрельцов**, д-р юрид. наук, проф., член-кореспондент НАПрН України; **О.М. Миколенко**, канд. юрид. наук, доцент (відповідальний секретар).

Міжнародна науково-видавнича рада:

Жан-Поль Гішар, д-р екон., проф. (Франція, Університет Ніцци Софія-Антиполіс, м. Ніцца);
Л.М. Давиденко, д-р екон. наук, проф. (Беларусь, Белоруський державний педагогічний університет ім. М.Танка, м. Мінськ); **А.Ф. Кожухарь**, д-р екон. наук, проф. (Молдова, Національний технічний університет, м. Кишинів); **В. Цвинар**, PhD (Польща, Вища школа економіки та інновацій, м. Люблін); **С.В. Чернишенко**, PhD, Prof. Hab. (Німеччина, Університет Кобленц-Ландау м. Кобленц).

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.
Серія КВ № 19765 – 9565 Р від 15 березня 2013 року.

*Друкується за рішенням Вченої ради
Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
Протокол №4 від 23 грудня 2014 року.*

P 51 Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Т. 2, вип. 1/3 : наук. праці / А. С.Васильєв [голова] (та ін.); – О. : Наука і техніка, 2015. – 224 с.
ISBN 978-966-1552-57-8

У збірнику наукових праць розглядаються організаційно-економічні та організаційно-правові проблеми розвитку економіки та права в Україні.

Аналіз динаміки проводиться з точки зору дослідження ефективності управління та знаходження пріоритетів соціально-економічної політики для українського суспільства в період ринкової трансформації. Аналіз сучасного стану правової системи України проводиться з точки зору поліпшення ефективності чинного законодавства, його відповідності соціальним потребам, науковим надбанням та досвіду право застосовної діяльності.

Для студентів, аспіратів, викладачів вищих навчальних закладів, державних службовців, підприємців і менеджерів.

УДК 338 (06)
ББК 65.011я43

ISBN 978-966-1552-57-8

© Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 2015
© Наука і техніка, 2015

ПРЕДИСЛОВИЕ

Роль человеческого фактора в современных условиях социально-экономического развития общества является определяющей как с точки зрения текущего прогресса, так и в стратегическом отношении. Собственно, в экономике и в менеджменте человек всегда является ключевым звеном позитивного и социально-значимого роста. Именно для решения системных задач в поиске механизма устойчивого социально-экономического развития общества появляется острая необходимость формирования структурно-функционального человеческого капитала, обладающего адекватными и динамичными формами профессиональной компетенции. Профессиональное образование и обучение должно иметь, с одной стороны, фундаментальный принцип теоретической подготовки, а с другой стороны – системную практическую адаптацию, которая определяет возможности эффективной инновационной деятельности человека в конкретных практических условиях. В этом отношении необходимо дальнейшее исследование цепочки различных стадий эволюционной системы: «социальный человек – экономический человек – профессиональный человек». Все стадии данной эволюционной системы являются исключительно важными и требуют современных условий развития, но приоритетное положение сейчас занимает «человек профессиональный».

Процессы профессионализации современной деятельности человека определяют его новый статус и системную компетентность в развитии постиндустриального общества. Это обстоятельство определенным образом требует системных изменений в области научной, образовательной и практической деятельности и их интеграционного взаимодействия для поиска и внедрения инноваций в условиях благоприятного инвестиционного климата и эффективного управленческого сопровождения. Формирование образа «профессионального человека» имеет большое количество составляющих элементов, которые включают факторы влияния и особенности деятельности в сфере науки, образования, медицины, культуры, управленческой и экономической практики. Эти особенности имеют профессиональную и социокультурную характеристику и значительным образом определяют результативность и эффективность данного процесса.

Процесс формирования «профессионального человека» требует усилий всего общества. Необходимо создание программы профессиональных характеристик различных специальностей в постиндустриальном обществе, их рейтинговую ценность, инновационную и практическую перспективу. Таким образом, может быть инициировано дальнейшее исследовательской деятельности по изучению процессов профессионализации с определением их социальной значимости, в первую очередь, в системе экономической, психологической и социологической науки. Особенно важным направлением здесь является процесс профессионализации менеджмента. От качества и результативности управленческой деятельности зависит весь спектр реформаторских усилий: профессиональное понятие, конструктивная логика, концептуальный характер, время и практические особенности необходимых реформ, а также ценность профессионализма и показатели резуль-

тативности реформаторской и инновационной деятельности. Эти и другие характеристики управленческой деятельности структурно определяют значимость профессионального менеджмента для современного украинского общества, если оно действительно ставит системные и интегрированные задачи по инновационному развитию и созданию устойчивого механизма экономического роста.

Отметим лишь некоторые, по нашему мнению, первоочередные направления и параметры в исследовании условий профессионализации менеджмента в Украине.

Первое. Качество и специфичность управленческих исследований, направленных на развитие профессиональной системы менеджмента, могут постепенно создавать образ науки, системные положения которой предшествуют принятию любых управленческих решений любого уровня. Собирательность и комплексность менеджмента в системе отраслевого контекста приносит много научного «мусора», который прикрывает реальные управленческие проблемы и механизмы их решения. Межотраслевая специфика исследований в менеджменте имеет положительный момент развития, но только тогда, когда уточнена и получила развитие именно научно-исследовательская база знаний профессиональной системы менеджмента. На стыке с другими научными отраслями знаний менеджмент уточняет специфику и инновационную динамику развития научно-исследовательской, аналитической и практической базы профессиональной знаний в менеджменте.

Второе. Необходимо запустить процесс подготовки управленческих кадров с позиций эффективного освоения научных, аналитических и практических знаний менеджмента. Отбор кандидатов должен происходить на базе уже полученного первоначального управленческого опыта и доказательства его результативности. Величайший смысл заключается в том, что надо учить в большей степени тех, кто уже доказал свою управленческую пригодность и эффективность. Здесь возникает вопрос о том, а насколько необходимы программы «бакалавра» по менеджменту, а также необходимо ли менять формат уже существующей университетской подготовки менеджеров? Важно разобраться и понять, что специалисты по менеджменту не могут выстраивать современную стратегию развития и роста управляемых объектов, исходя из старой парадигмы подготовки управленческих кадров индустриального способа производства. Необходимы новые инновационные технологии образовательной и профессиональной подготовки управленческих кадров, которые соответствуют современным требованиям развития инновационной экономики.

Третье. Предстоит разработка и реализация мотивационных механизмов повышения эффективности научной и образовательной деятельности, и не только в сфере менеджмента, а по всему спектру наук и образовательных программ современного инновационного и научно-технического прогресса. Любая деятельность предполагает наличие управленческого процесса, даже в самых простых формах, но если все участники управленческого процесса недостаточно мотивированы, то результата необходимого не будет.

Майкл Рэй, которого журнал «Fast Company» назвал самым креативным человеком Кремниевой долины, на протяжении 25 лет вел в Стэнфорде знаменитый

курс «Творчество и бизнес» и много раз обсуждал со слушателями вопрос о том, что собой представляет продуктивный лидер. В своей книге «Высшая цель. Секрет, который поддерживает вас каждую минуту» он отметил, что «когда вы продуктивны, то вносите свой вклад в этот цикл обновления. Ваша синергия – нечто большее, нежели сумма своих составляющих, – заставляет вас двигаться по положительной спирали интеллектуального роста. В этом заключается смысл жизни. Жизни с высшей целью» (См. : Рэй Майкл. Высшая цель. Секрет, который поддерживает вас каждую минуту. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – с. 172). Вопрос интеллектуального развития управленческого персонала является действительно высшей целью в достижении профессионализации и эффективности системы менеджмента. Менеджер-интеллектуал не может допустить своей некомпетентности при принятии управленческих решений, общий уровень профессиональной и человеческой культуры заставляет его быть всегда ответственным и эффективным, способным к самоограничению и преданности идеалам профессии. Хочется верить, что общими усилиями научного сообщества мы начнем формировать новый образ и новый уровень профессиональной компетенции управленческого персонала в Украине. Желаю всем авторам данного выпуска, а также всем будущим авторам нашего научного сборника успехов в этом важном и не простом деле.

Эдуард Кузнецов

РОЗДІЛ 1

ПРІОРИТЕТИ УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ

УДК 336.14:352

Захарченко В.І.,

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖБЮДЖЕТНИХ ВІДНОСИН ТА ПОДАТКОВОЇ ПОЛІТИКИ В КРАЇНАХ З ФЕДЕРАЛЬНИМ УСТРОЄМ

Важливим моментом, що проводяться в даний час в Україні соціально-економічних реформ, залишаються питання реформування податкової системи і зростання фінансово економічної самостійності її регіонів. У цьому контексті не зайвим буде аналіз досвіду окремих розвинутих країн і сусідів.

Аспекти проблеми міжбюджетних відносин та податкової політики досліджувалась у працях В. Введенського, та О. Горохова [4], В. Водоп'янової та Т. Терентійової [5], В. Клісторіна [7], Р. Абдулатипова [10], В. Хрістенко [12] та ін.

Метою даної статті є визначення особливостей міжбюджетних відносин та податкової політики у державах з федеративним типом устрою.

Податки являються необхідною ланкою економічних відносин в суспільства з моменту виникнення держави. Розвиток і зміна форм державного устрою (федерація, унітарна) завжди супроводжується перетворенням податкової системи. В сучасному цивілізованому суспільстві податки є основною формою доходів держави. Крім цієї виключно фінансової функції податковий механізм використовується для економічного впливу держави на суспільне виробництво, його динаміку, структуру, на стан науково-технічного прогресу. За заявою Президента України (червень 2014 р.) перехід до федеративного устрою в Україні не є сьогодні актуальним питанням. Тим не менш цікавим видається досвід міжбюджетних відносин в країнах з федеральним устроєм, більшість з яких відноситься до країн з розвинутою економікою.

І. Федеральні органи влади Сполучених Штатів Америки при існуючій податковій системі не втручаються в питання податкової політики штатів, які володіють майже повною свободою у цій сфері.

Конституція США та федеральні закони практично не встановлюють обмежень на податки, якими органи влади штату вважають за потрібне обкласти у межах своїх повноважень певні види економічної діяльності. Вони мають право самі вирішувати: які податки необхідно вводити, яку ставку оподаткування встановлювати і до якої податкової бази ту чи іншу ставку застосовувати.

Обмеженням в даній системі є відсутність у штатів права грошової емісії та встановлення імпорتنих і експортних мит. Ці сфери бюджетної діяльності знаходяться в компетенції федеральних органів влади. Крім того, в 1997 р. федеральний уряд, як виняток, встановив мораторій на податки штатів на торгівлю з використанням електронних засобів.

В окремих випадках штати самі приймають рішення щодо обмеження можливостей для збільшення податкових доходів і закріплюють ці рішення у своїх конституціях. Проте встановлення таких обмежень здійснюється виключно самостійно.

У відповідності з федеральним бюджетом США на 2001 р., основними джерелами його доходів є: податок на доходи фізичних осіб – 48,2 % всіх доходів федерального бюджету; внески до фондів соціального страхування та в пенсійні фонди – 33,8%; податок на доходи корпорацій – 9,6% і акцизи – 3,5% відповідно.

За звітними даними за 1996 р., основними джерелами доходів бюджетів штатів були: платежі до фондів соціального страхування та пенсійні фонди – 25,4% від власних доходів бюджетів штатів; податки з продажів – 18,7%; податки на доходи фізичних осіб – 17,9%; акцизи – 9 % і доходи від податків за використання власності – 9%.

Відповідно у формуванні доходів місцевих бюджетів найважливішими джерелами фінансових коштів були: податки на майно – 37,4% від власних доходів місцевих бюджетів 1996 р.; доходи від податків на використання власності – 21,6%; податки з продажів – 5,6% та інші доходи – 19,4%.

Важливе місце у зборі податків і в спостереженні за правильністю їх справляння у багатьох штатах належить скарбнику штату. У 42 штатах він обирається. Скарбник має право визначати, в якому банку доцільніше зберігати бюджетні кошти штату.

II. Податкова система Федеративної Республіки Німеччини більш чітко регламентована Конституцією країни. Всю сукупність податків можна розділити на дві групи:

1. Власні податки – податки, закріплені за певним рівнем бюджету і надходять у повному обсязі (федеральні податки, податки земель і місцеві податки).

2. Загальні податки – податки, що розподіляються на частковій основі між рівнями бюджетної системи. Питома вага податків цієї групи становить близько 70% податкових доходів консолідованого бюджету країни.

Відповідно до статті 106 Конституції Німеччини визначена наступна система податків:

загальні податки – прибутковий податок (включаючи податок на зарплату); податок на доходи корпорацій; податки і збори (ПДВ, податок на імпорт);

федеральні податки – митні збори; акцизи на нафту, тютюн, кава, алкогольну продукцію (виключаючи пиво); дорожній податок; податок на операції з цінними паперами, страхові виплати; платежі на вирівнювання добробуту менш забезпечених земель; платежі в ЄС;

податки земель – податок на майно; податок на успадкування; податок на власників транспортних засобів; акциз на пиво; податок на ігровий бізнес;

місцеві податки – податок на нерухомість; місцеві акцизи; податок на торгівлю; місцеві збори (з полювання, риболовлі та ін.).

Федеральний уряд має виняткове законодавчим правом введення податків і визначення оподаткованих баз, а також ставок щодо мит і податків з монополій. По всіх федеральних і загальних податків федеральний уряд і уряди земель приймають спільні рішення. У законодавчому процесі участь земель здійснюється через федеральні збори, в яке адміністрація суб'єкта федерації призначає своїх представників пропорційно чисельності населення землі.

Уряд земель володіє законодавчими повноваженнями щодо своїх власних податків і акцизів, що зараховуються до місцевих бюджетів, за умови, що ці акцизи не збігаються з федеральними.

Таким чином, основна частина податків у Німеччині встановлюється в рамках так званого конкуруючого федерального законодавства. Воно обумовлює умови, за яких будь-які податки, що вводяться центром, вимагають схвалення бундесрату, якщо доходи по цих податках повністю або частково припадають на землі або громади.

Специфіка розвитку податкової системи Німеччини відображається в реалізації механізму вертикального і горизонтального фінансового вирівнювання між землями. Важливою стороною вертикального вирівнювання є розмежування податків тільки по одному рівню влади і розподіл інших в певних пропорціях між кількома рівнями влади, що реалізує основну задачу бюджетного федералізму – відповідність розмежування компетенцій та джерел доходів між федеральним центром, землями і громадами.

Аналіз практики розподілу податків між рівнями бюджетної системи показує, що:

- федеральний центр повністю отримує податки на бензин, тютюн, каву, страхування, а також мито;
- до бюджетів земель надходять податки на майно, спадщину, автомобілі, лотереї та пиво, а до бюджетів муніципалітетів – податки на землю, місцеві («малі») податки на споживання і велика частина промислового податку;
- основна частина надходжень з податків (більше 70%) є спільною з отримання. Так, податок на корпорації ділиться навпіл між федеральним центром і землями, прибутковий податок розподіляється в пропорціях: по 42,5% – до бюджетів федерації і земель і 15% – до бюджетів громад;
- розподіл податку з обороту здійснюється між бюджетами федерації і в пропорціях, які переглядаються щороку і закріплюються в спеціальному законі. В останні роки частка федерації становила 51-54%, земель – 49-46% [14].

В цілому до бюджету федерації надходить приблизно 45% всіх податкових доходів, до бюджетів земель – близько 37% і в бюджети громад – 13%. Близько 5% податкових зборів перераховується до бюджету ЄС.

III. Податкова система Канади, діюча в країні, регламентує встановлення податків на всіх бюджетних рівнях: федеральному, провінційному, територіальному та місцевому. У країні немає регулюючих податків. Список податків, встановлених в бюджетах кожного рівня, є відкритим.

До повноважень федерального рівня належать податки, що забезпечують основні надходження до консолідованого бюджету Канади. Це, насамперед, прибутковий податок з фізичних осіб, податок на доходи корпорацій, податок на товари та послуги (аналог ПДВ), акцизи, імпорتنі мита, відрахування на соціальне страхування. Доходи майже по всіх податках федерального рівня надходять у федеральний бюджет, бюджети провінцій і територій відповідно до законодавчо встановленим пропорціям. Імпорتنі мита, ряд акцизів і податки на нерезидентів стягуються тільки федеральним урядом і надходять тільки у федеральний бюджет.

Органи влади провінцій і територій можуть встановлювати додатково до ставок, що вводиться федеральним урядом, свої податкові ставки і податкові пільги з прибуткового податку і податку на доходи корпорацій. Крім того, уряди провінцій мають право встановлювати свої власні податки на використання природних ресурсів, алкогольну продукцію, податок з продажів і на доходи грального бізнесу, податки на нерухомість і майно, спеціальні ліцензійні збори і ряд інших.

Основні доходи федерального бюджету Канади забезпечуються за рахунок надходжень з прибуткового податку з фізичних осіб, податку на доходи корпорацій та податку на товари і послуги. Надходження по цих податках складають 47, 14 і 13% всіх доходів федерального бюджету відповідно.

У загальній сумі доходів бюджетів провінцій і територій надходження з прибуткового податку з фізичних осіб становлять 30%, по податку з продажів – 16%. Значну частину доходів до бюджетів цього рівня формують неподаткові надходження за рахунок доходів від інвестицій, природних ресурсів, реалізації товарів і послуг. На їх частку припадає близько 20% загальних доходів.

Близько 70% доходів місцевих бюджетів забезпечується за рахунок податку на нерухомість.

IV. Податкова система Федеративної Республіки Австрії визначає такі основні джерела бюджетів усіх рівнів:

- податки на доходи фізичних осіб, що нараховуються за прогресивною шкалою оподаткування зі ставками 10, 22, 32, 42 і 50%;
- податок на додану вартість за основною ставкою 20% і пільговою -10%;
- податок на доходи корпорацій – 34%;
- податок на нерухомість – 0,4%;
- акцизи на нафту і тютюн.

Повноваження щодо визначення переліку податків і встановленню процентних ставок їх справляння є прерогативою федеральних органів влади. Практично всі федеральні податки є розподільними на пайовій основі. Це виключає можливість впливу регіональних органів влади на порядок їх встановлення та сплати.

Розподіл податкових доходів між федеральним бюджетом і бюджетами земель здійснюється відповідно до пропорцій, що встановлюються в процесі переговорів органів влади федерації та земель і закріпленими на п'ять років федеральним законом бюджетного вирівнювання. Однак ці пропорції в окремих випадках можуть бути змінені федерацією і в односторонньому порядку. У той же час землі і муніципалітети можуть вводити свої власні податки, але їх роль у формуванні загальних доходів регіональних бюджетів незначна.

Основними складовими доходів федерального бюджету є ПДВ (48% загальних доходів), і податки на доходи і майно (40%), з них податок на зарплату – 31,6% загальних доходів.

Близько 93% загальних доходів бюджетів земель забезпечується за рахунок федеральних податків, у тому числі близько 45% – за рахунок розподільчих на частковій основі. Власні податки становлять близько 2%. Основними складовими надходжень з федерального бюджету на пайовій основі є ПДВ (41,8%) та податок на зарплату (33%).

V. Податкова система Австралії відповідно до Конституції країни надає виключне право федерації по акцизах і податках з обороту товарів та послуг. Федеральний уряд має ексклюзивне право встановлювати ставки мит і акцизи на товари. Крім того, відповідно до рішення Верховного суду саме уряду країни належить прерогатива встановлювати податки на виробництво і розподіл товарів. У той же час уряду штатів надано право самостійно визначати список власних і місцевих податків.

У 2000/2001 фінансовому році введена в дію нова податкова система країни. У ній був усунутий основний недолік, властивий старій системі, – різне оподаткування різних видів бізнесу, що дозволяло підприємцям оптимізувати свої податкові платежі на шкоду державним інтересам. Основним нововведенням стало введення нового податку з продажів за єдиною ставкою 10%. Цим податком, на відміну від діючого раніше податку на оптові продажі товарів, обкладаються не тільки товари, але й послуги. Надходження від нового податку передаються до бюджетів штатів.

Основні надходження до бюджету федерації забезпечуються за рахунок прибуткового податку і податку на прибуток компаній. На їх частку припадає 47 і 19% відповідно. Надходження від власних податків до бюджету штатів в основному забезпечуються за рахунок податків на фонд заробітної плати, гербового мита, податків на ігровий бізнес, податку на землю, податку на власників автотранспортних засобів. Питома вага власних доходів у загальних доходах бюджетів окремих штатів значно коливається залежно від рівня їх економічного розвитку і складає, наприклад, 28% для штату Тасманія і 67% – для Південної Австралії.

VI. Особливістю податкової системи Індії є те, що загальний список податків, що стягуються на федеральному, штатному і муніципальному бюджетному рівнях, встановлюється федеральним законодавством. Конкретний список діючих федеральних податків, ставки по них і методика розподілу часток регулюючих податків між федерацією і штатами визначає Федеральна фінансова комісія, що призначається президентом. Рішення федеральної комісії приймаються строком на п'ять років.

На рівні штатів визначенням конкретного списку регіональних податків, ставок по них і методики розподілу часток між бюджетами штатів і муніципалітетів займаються фінансові комісії, які призначаються урядом штатів.

VII. Міжбюджетні відносини в Російській федерації (РФ). Формування доходів консолідованого бюджету, в тому числі федерального бюджету і бюджетів суб'єктів РФ, відбувається за рахунок податкових і неподаткових доходів. У табл. 1 наведена динаміка структури доходів консолідованого бюджету РФ.

Таблиця 1

Структура доходів консолідованого бюджету Російської Федерації, %

Показники	1998	1999	2000	2003
Доходи – всього	100	100	100	100
в тому числі:				
податкові доходи, із них:	82,2	83,0	81,4	90,2
податок на прибуток (доход) підприємств і ор- прибутковий податок з фізичних осіб	14,5	18,2	19,0	14,1
податок на додаткову вартість	10,4	9,7	8,3	12,2
акцизи	24,8	23,7	21,8	23,6
податок на сукупний дохід	10,5	9,0	7,9	9,3
податок на майно	0,2	0,8	0,7	0,8
платежі за користування природними ресур- неподаткові доходи, із них:	6,9	4,4	3,1	3,7
від використання майна, що перебуває у дер- жавній та муніципальній власності, або від дія- льності державних і муніципальних організацій	3,3	3,7	3,7	10,6
	9,7	7,0	6,5	8,9
	2,0	2,0	3,4	5,8

Джерело: [16, с. 25]

Загальною тенденцією у формуванні доходів консолідованого бюджету було збереження і збільшення податкових і неподаткових надходжень. Основними джерелами доходу є податок на додану вартість (22-24% від податкових надходжень), податок на прибуток (14-19%),

У середньо- та довгостроковій перспективі, за експертною оцінкою, збережеться співвідношення податкових і неподаткових доходів у загальній сумі доходів консолідованого бюджету. Проте всередині податкових доходів збільшиться частка податку на прибуток підприємств і організацій, платежів за користування природними ресурсами, акцизів і зменшиться частка податку на додану вартість.

Узагальнення статистичних даних по структурі і динаміці витрат за рівнями бюджетної системи РФ показує, що в середньому в 2000-х рр. на частку федерального бюджету доводилося 53,9% загальних витрат консолідованого бюджету, в тому числі 100% витрат з національної оборони та міжнародної діяльності; 82,6% витрат на попередження та ліквідацію наслідків надзвичайних ситуацій та стихійних лих; 94% витрат на фундаментальні дослідження та сприяння науково-технічному прогресу. Слід зазначити, що частка витрат федерального бюджету на модернізацію, технічне переозброєння і нове будівництво об'єктів промисловості, енергетики та будівництва становить менше 40%, на здійснення заходів щодо охорони зовнішнього середовища і природних ресурсів – понад 50%. Оцінка тенденцій в змінах джерел бюджетних доходів у 2000-х роках показує що у федеральному бюджеті підвищилася частка податку на прибуток (дохід) підприємств і організацій, знизилася частка податку на додану вартість і акцизи. У бюджетах суб'єктів РФ спостерігалася тенденція до збільшення частки надходжень доходів цільових бюджетних фондів, скорочення частки податку на прибуток підприємств і організацій (з 19,8% до 22,7% відповідно), зростання частки прибуткового податку з фізичних осіб. У перспективі очікуються суттєві зміни в структурі податкових доходів консолідованого бюджету РФ за рівнями бюджетної системи, пов'я-

зані зі змінами повноважень, функцій і зобов'язань органів влади державного управління та місцевого самоврядування. За експертною оцінкою, в середньо- і довгостроковій перспективі очікувалися наступні співвідношення в розподілі доходів (табл. 2).

Таблиця 2

Показники консолідованого бюджету РФ

Показники	2004	2010	2015
Доходи консолідованого бюджету, в %	100	100	100
в тому числі:			
федеральний бюджет	59,7	56-54	52-50
бюджети суб'єктів Російської Федерації, із них:	40,3	44-46	48-50
місцеві бюджети	12,5	18-20	21-23

Джерело: [16]

Збільшення питомої ваги місцевих бюджетів у бюджетах суб'єктів РФ визначається зростанням навантаження на даний бюджет у зв'язку з проходять процесом передачі у відання місцевих органів влади об'єктів соціальної сфери, покладання на них зобов'язань за різним соціальним виплатам населенню.

Частка витрат федерального бюджету в загальних витратах консолідованого бюджету склала 59,5%, у витратах на державне управління та місцеве самоврядування – 36,4%, національну оборону і міжнародну діяльність – 100%, в правоохоронну діяльність – 81% і т.д.

Оптимізація розподілу бюджетних видатків між федеральним бюджетом і бюджетами суб'єктів РФ в значній мірі залежить від закріплення функцій управління в країні та регіонах. В даний час відбувається процес передачі багатьох функцій і обов'язків регіональним органам влади і, особливо органам місцевого самоврядування.

Зміни в розподілі функцій управління вимагають відповідного відображення в бюджетній системі. У перспективі очікується збільшення частки бюджетів суб'єктів РФ у витратах консолідованого бюджету на державне управління і самоврядування, транспорт, дорожнє господарство, зв'язок та інформатику. Слід особливо відзначити необхідність збільшення частки федерального бюджету у видатках консолідованого бюджету на промисловість, енергетику і будівництво з метою здійснення великомасштабної програми модернізації науково-виробничого потенціалу прискореного розвитку нових високотехнологічних виробництв.

Більшій актуальності у вдосконаленні міжбюджетних відносин має підвищення федерального бюджету і бюджетів суб'єктів РФ у реалізації цільової програми зі скорочення розходжень в соціально-економічному розвитку регіонів Росії.

Фінансові ресурси більшості суб'єктів РФ недостатні для виконання в даний час покладених на них зобов'язань щодо соціального захисту населення. Пропор-

ції розподілу доходних джерел не в повній мірі відповідають реальним інтересам економічного розвитку суб'єктів Федерації і країни в цілому.

Малоефективна політика держави щодо економічного розвитку регіонів проявляється в багаторазовому розриві між регіонами за рівнем бюджетної забезпеченості населення. Збільшується диференціація регіонів за рівнем бюджетної забезпеченості на душу населення.

Скорочення відмінностей у рівні соціально-економічного розвитку регіонів РФ в довгостроковій перспективі може бути реалізовано за наступних умов:

- концентрації фінансових ресурсів федерального бюджету, бюджетів суб'єктів РФ, позабюджетних фондів, у тому числі кредитних ресурсів, для значного зростання валового регіонального продукту в регіонах Росії за рахунок прискореного розвитку галузей спеціалізації, впровадження досягнень науково-технічного прогресу і вдосконалення організації виробництва;

- створення сприятливого середовища для розвитку підприємницької діяльності, залучення інвестицій;

- формування фондів державної підтримки регіонам, соціально-економічні показники яких нижче середньоросійських.

У вдосконаленні міжбюджетних відносин важливе значення мають:

- оптимізація розподілу бюджетних видатків між рівнями бюджетної системи Російської Федерації;

- істотне скорочення відмінностей в соціальному розвитку регіонів Росії за рахунок підвищення бюджетної забезпеченості населення;

- зміни в порядку надання з федерального бюджету фінансової допомоги регіональним бюджетам.

Податки є невід'ємною частиною будь-якої економіки незалежно від політичного ладу країни. Вони відіграють вирішальну роль в процесі перерозподілу ВВП. Податкова система кожної держави має свої особливості, зумовлені характером її розвитку, станом економіки, громадської психології. Однак у кожному разі вона має базуватися на такій організаційній основі, яка дозволила б їй функціонувати з найменшими витратами як для країни в цілому, так і для конкурентного суб'єкта оподаткування.

Вирішуючи питання про перенесення практики оподаткування розвинених країн в Україні, слід враховувати, що для західних економічних систем характерні більш стабільні ціни і стабільний рівень зайнятості тому багато складових цих податкових систем в умовах нашої країни працюватимуть зовсім інакше. Для державних структур західних країн характерна складна законодавча система і правила звітності, які сильно відрізняються від країн з перехідною економікою. Тому рішення про прийняття тієї чи іншої західної системи оподаткування на практиці неминуче натрапить на неминучі труднощі її впровадження.

Література

1. Бюджетный кодекс України // Урядовий кур'єр, 2010. – № 151.
2. Балахонова О.В. Регіон: аналіз і управління процесом розвитку : монографія / Під ред. В.І. Захарченко. - Вінниця: Вінницька газета, 2011.- 400 с.

3. Бюджетная система России : Учеб. пособ. для вузов / Под ред. Г.Б. Поляка. – М. : ЮНТИТИ-ДАНА, 2002. – 540 с.
4. Введенский В.Г. Россия: испытание федерализмом. Теория и практика отечественного и зарубежного опыта / В.Г. Введенский, А.Ю. Горохов. – М. : Серебряные нити, 2002. – 128с.
5. Водопьянова В.А. Налоговые системы зарубежных стран : Учебное пособие / В.А. Водопьянова, Т.В. Терентьева. –М. : ИНФРА, 2005. – 290 с.
6. Запоточний І.В. Державне регулювання регіональної економіки / І.В. Запоточний, В.І. Захарченко. – Харків : Одиссей, 2003. – 592 с.
7. Клисторин В.И. Экономическое основание бюджетного федерализма / В.И. Клисторин // Регион: экономика социология. – 2001. – № 4. – С.18-34.
8. Лыков Л.Н. Экономические проблемы становления российского федерализма / Под ред. С.Д. Валентя; ИЭ РАН. – М.: Наука, 1999. – С.51-83.
9. Маслов Б.Г. Налоговые системы зарубежных стран : Учеб. пособ. / Б.Г. Маслов, Л.В. Попова, И.А. Дрожжина. – М.: София, 2008. – 425 с.
10. Основы национальных и федеративных отношений : Учеб. пособ. / Под общ. ред. Р.Г. Абдулатипова. – М.:РАГС, 2001. – 352 с.
11. Федеральный бюджет и регионы : структура финансовых потоков / Институт “Восток-Запад”. – М.: МАКС-Пресс, 2001. – 311 с.
12. Христенко В.Б. Межбюджетное отношение и управление региональными финансами: опыт, проблемы перспективы / В.Б. Христенко. – М. : Дело, 2002. – 608 с.
13. Шумейко В.Д. Реформы и федерализм (социально-экономические очерки) / В.Д. Шумейко. – М. : Славянский диалог, 1995. – 207с.
14. Das Haushaltssystem der bundersrepublik Deutschland- Bonn. – 1997. – P.105-106.
15. European regional uncentives. 1977- 1988 (Juill D., Bachtler J.,Wishlade F.) London : European Policies Research Center, university of Strathclyde, 1998.
16. Фінанси Росії. Статистичний щорічник. / Держкомстат Росії. – М. : 2004. – 200 с.

Анотація

Захарченко В.І. Удосконалення міжбюджетних відносин та податкової політики в країнах з федеральним устроєм. – Стаття.

Представлено аналіз міжбюджетних відносин податкової політики в окремих розвинених країнах. Узагальнено досвід з формування податкової системи таких країн як США, Німеччина, Канада, Австрія, Австралія, Індія, Росія. Зроблено рекомендації з удосконалення міжбюджетних відносин в умовах федерального устрою.

Ключові слова: бюджет, податок, політика, федерація, ресурс, розвиток, регіон.

Аннотация

Захарченко В.И. Совершенствования межбюджетных отношений и налоговой политики в странах с федеральным устройством. – Статья.

Представлен анализ межбюджетных отношений и налоговой политики в отдельных развитых странах. Обобщен опыт по формированию налоговой системы в таких странах как США, Германия, Канада, Австрия, Австралия, Индия, Россия. Сделаны рекомендации по усовершенствованию межбюджетных отношений в условиях федерального устройства

Ключевые слова: бюджет, налог, политика, федерация, ресурс, развитие, регион.

Annotation

Zakharchenko V. Improvement of inter-budgetary relations and fiscal policy in countries with a federal structure. – Article.

The article is dedicated to the analysis of between budget relation and tax policy of some developed countries. The article sums up the experience of tax system formation in such developed countries as the USA, Canada, German Federative Republic ,Australia ,India, Russian Federation. The author gives some recommendations concerning improvement of between budget relations in conditions of federal state's system.

Keywords: budget, tax, politics, federation, recourse, development, region.

УДК 338.24

Уперенко Н.А.,

*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры общей экономической теории
Одесского национального экономического университета*

Коваленко С.Н.,

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики и управления
Одесского национального университета имени И.И. Мечникова*

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНТИНУУМ И НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Начало процесса формирования истории практики и теории менеджмента связано с именем К.С. Джорджа-младшего. В работе "История управленческой мысли" он приводит обширный перечень фактов, явлений, концепций, характеризующих развитие менеджмента с пятого тысячелетия до н.э. по 50-е гг. XX века и называет его управленческим континуумом. Перечень К.С. Джорджа несколько позже повторил Б. Карлоф в книге "Деловая стратегия" [1]. Постепенно сформировалась группа сторонников этого подхода. Среди них, в частности, такие авторы трудов по теории менеджмента, как М.Х. Мескон, М.Альберт, Ф. Хедоури, В.Р.Веснин, В.Б.Зубик, З.З. Глущенко и др. Признавая многовековую эволюцию теории и практики менеджмента, они особо подчеркивают все же, что научный менеджмент, в силу технико-технологических, рыночных, социальных причин возник на рубеже XIX-XX веков и связан с тейлоризмом и последующими школами. Несколько иной точки зрения придерживаются У.Дж. Дункан, Р. Скотт, А. Силадьи, И.Н. Герчикова, П.А. Кохно, З.А. Микрюков, С.Е. Комаров и др. Им представляются малоубедительными и недостаточными факты, позволяющие вести отсчет истории менеджмента с периода существования древнего Шумера и древнего Египта. Поэтому их внимание сосредоточено на хорошо освещенных в литературе основных школах менеджмента, начиная с конца XIX в. по настоящее время.

Разделяя точку зрения К.С. Джорджа – М.Х. Мескона, отметим все же, что представители обеих групп, в исторических разделах своих трудов по теории менеджмента и в специальных исторических исследованиях, не всегда освещают особенности долгосрочного процесса формирования управления как взаимодействия практики и теории. Нет достаточной четкости и в части определения предмета исследования истории менеджмента и в освещении ее творческих взаимосвязей с теорией и практикой управления. В связи с этим, а также с необходимостью дополнительной аргументации в пользу подхода К.С.Джорджа-М.Х. Мескона, рассмотрим поначалу, в общих чертах, некоторые особенности долгосрочной эволюции менеджмента.

Обращаясь к ее самым ранним этапам, мы обнаруживаем тесную связь фрагментарных, трудноразличимых элементов управленческого характера с первыми шагами в области обобщения производственного опыта. Руководства к практической деятельности, содержащиеся в работах древнегреческих (Ксенофонт "Экономикос") и древнеримских авторов (Катон "О земледелии", Варрон "О сельском хозяйстве", Колумелла "О сельском хозяйстве") [2] содержат описания работ, рабочие спецификации, элементы, связанные с функциями организации, администрирования и контроля. В этот и в последующие исторические периоды, вплоть до завершения промышленных переворотов, в ведущих европейских странах преобладает эмпирическое управление. Его особенности фиксировались в документах, регулирующих функционирование поместий (к примеру, "Капитулярий о поместьях" – указ-инструкция управляющему королевскими имениями нач. IX в.), цеховых, гильдейских уставах ("Устав франкфуртских сукноделов", "Устав цеха Лана"), инструкциях управляющим мануфактурами ("Статуты для эксплуатации рудников" Ж. Довэ), предписаниях регулирующих работу фабрик (административные правила, указания и отчеты фабричных инспекторов, фабричное законодательство и др. источники).

С точки зрения качественных перемен в управлении предприятиями ремесленного производства особо следует выделить период XVI-XVII веков. Изменения в технике и технологии основных отраслей хозяйства этого периода, углубление национальных рынков и расширение мировой торговли, ограбление колоний и усиление процесса первоначального накопления капитала, постепенно подрывают основы цехового господства с его застывшими формами управления, способствуя развитию мануфактуры. В основе управленческой системы мануфактуры лежал принцип разделения труда, а значит более своевременный и тщательный контроль за организацией и качеством работ. Систематический учет, сопоставление доходов с расходами, начало исчисления себестоимости были второй фундаментальной опорой ее менеджмента. Третьей – являлся рост прибыли. Прибыль постепенно осознается как актуальная цель, которой следует подчинить всю организацию производства. Об организующем, рационализирующем воздействии этого факта свидетельствует его приравнивание к уровню духовно-религиозной составляющей предпринимательской деятельности. Документ одной из флорентийских фирм этого периода начинался так: "Во имя господина и дохода" [3]. В процессе этого духовно-производственного симбиоза качественно меняется предпринимательно-управленческая элита. Старая идея о благотворности и обязанности труда, идущая от Цицерона и ранней патристики, приобретает особый смысл в протестантизме. Производственная и торговая деятельность становятся духовным делом, религиозной обязанностью, а их результаты моральной оценкой человека, его отчетом перед Богом. Благоразумие, умеренность, справедливость, бережливость и деловой рационализм рассматриваются как основные желательные доминанты богопослушного руководителя. Конечно, речь идет об одной из многих, часто отрицательных тенденций в многочисленном переплетении явлений, процессов, напластований исторической действительности того периода. Но тенденции особой, стимулирующей, организующей и направляющей, побуждающей деловое руководство стремиться к заданным эталонным образцам.

Одновременно имеют место следующие глобальные процессы прямо или косвенно воздействующие на управление производством. Практики (А. Рамелли, Гвидо Убальдо дель Монте, Г. Агрикола и др.), обращаясь к истории развития своих отраслей, высказывают мысль об их поступательном развитии [4]. Мысль об эволюции и общественной роли "ремесленных искусств" находит поддержку в меркантилизме, выступающем за усиление регулирующей роли государства в экономике и совершенствование управления государственным хозяйством (Ж.Боден, М.Лютер, К.Клок, И.Бехер и др.) [4]. Наконец ряд государств переходят к прямому стимулированию процесса развития мануфактурного производства (Англия, Франция, позже Австрия, Россия) [5]. Это, в известной мере, способствовало и совершенствованию управления.

Управленческий опыт мануфактуры в части учета, исчисления себестоимости, контроля, разделения труда, руководства крупными производственными объектами и др. косвенно или в модифицированной форме входит затем в структуру управленческой системы фабричного производства. Ее становление в ходе промышленных переворотов (60 гг. – XVIII – 70 гг. XIX в.), как известно, знаменовало собой переход от ручного труда к машинному (к системе машин), от мануфактуры к фабрике, окончательное утверждение капиталистических производственных отношений, оформление класса наемных рабочих и буржуазии. Основой фабричного производства является система машин, приводимая в движение паровым двигателем с помощью ременных передач. Специфика этой системы и уровень сложившихся производственных отношений в значительной степени определили качественные особенности заводского управления.

Понуждающая к труду жесткая технико-технологическая основа производства с ее однозначными механическими связями и требованиями к рабочему, в известной степени, нашла свое выражение в принудительной, командно-иерархической системе руководства.

Управление трудом осуществлялось путем жесткого административного регламентирования внутреннего распорядка, штрафов, вычетов из зарплаты, взысканий. За нарушение трудового соглашения рабочему грозило тюремное заключение.

Проблемы, возникавшие на рабочих местах в связи с введением машин (подчинение человека машине: интенсификация, однообразие, утомительный характер, опасность труда и др.), как правило, не регулировались управленческими звеньями.

То же следует сказать о применении труда женщин и детей, удлинении рабочего дня, вытеснении человека машиной. Производитель рассматривается администрацией преимущественно как функционер. На мелких металлургических предприятиях Франции, после 12-часового трудового дня, он спит здесь же, при заводе, на соломенной подстилке, как рабочий скот (Каталонские заводы, 40 гг., XIX в.) [6].

Существовала еще одна немаловажная особенность практического управления в период осуществления промышленных переворотов. В условиях, когда кооперация разнородных машин и связанная с ней непрерывность технологических процессов обработки сырья и материалов подчиняют и включают в производственный процесс рабочую силу – наиболее доступными и развитыми к тому времени функциями управления оставались административный контроль и мотивация труда.

Основой управленческого мышления рассматриваемого периода являлся рационализм механистического толка. Духовно-религиозная составляющая представлена на уровне личности предпринимателя, который одновременно является и управляющим. Но деловой рационализм жестко ограничивает, дисциплинирует и подчиняет ее проблематике сохранения и приумножения собственности. Священник Ричард Аркрайт – основатель, первой английской хлопчатобумажной фабрики решал, в основном, свои земные проблемы. В то же время он способствовал и развитию практики управления: ввел иерархическую систему руководства производством, практиковал планирование, рациональное размещение оборудования, координацию работы машин и персонала. Ему принадлежит авторство дисциплинарного кодекса, содержащего, в частности, перечень штрафных санкций и вычетов из зарплаты. Его соотечественник, изобретатель паровой машины и предприниматель Джемс Уатт разработал систему стимулирования труда посредством дифференцированной заработной платы и поощрений, занимался совершенствованием рабочих методов. Существенную роль в рационализации управления сыграло и такое его нововведение как ревизия балансов и отчетности. Современник Д. Уатта Э. Уитни в 1799 г. издает книгу "Научные методы", в которой предлагает концепцию взаимозаменяемости деталей, контроль за качеством изготавливаемой продукции, закладывает научные основы исчисления себестоимости изделий. Им, а позже, во Франции, Грибовалем, разработаны унифицированные размеры деталей оружия. Теоретические положения работы Э. Уитни, а также его практическая деятельность, во многом способствовали совершенствованию организации и управления производством. То же следует сказать о выдающемся английском изобретателе Генри Модсли. Он заложил основы стандартизации в машиностроении. До этого оборудование изготавливалось машинным способом, а винты, гайки, клинья к нему – вручную. Модсли ликвидировал разрыв между ростом парка машин и ручным производством для них мелких деталей, предложив целую систему винторезных станков. В результате существенно улучшилась система организации и планирования работ, снизилась их себестоимость, повысилась техническая надежность машин. После Модсли идею стандартизации в производстве воплощали его ученики Джозеф Клемент и Джон Витворт.

Известно, что стандартизация обеспечивает экономию материалов, улучшает качество и удешевляет производство продукции, обеспечивает ее взаимозаменяемость, способствует усилению конкурентоспособности. Из этого следует, что она создает более благоприятные условия управления трудом, качеством, себестоимостью, сбытом. Следовательно, от управленца требовалось не только осознание этих причинных связей, но и определенные знания в каждом из перечисленных аспектов. Нововведения, таким образом, объективно повышали требования к руководителю. Проблема его многосторонней компетентности, со временем, становилась все более актуальной.

Существенный вклад в развитие теории и практики управления внес сын банкира, изобретатель аналитической машины, профессор математики в Кембридже – Чарльз Бэббидж [7]. После десятилетних путешествий по европейским странам, с целью изучения промышленных объектов, в 1832 г. он выпустил книгу "Экономика машин и промышленных предприятий". Значительная часть этого со-

чинения была посвящена разделению труда в условиях фабричной системы производства. Специализация, по его мнению, сокращает время овладения профессией, уменьшает отходы материалов, экономит время перехода от одного задания к другому, повышает качество работ, способствует рационализации. Отсюда следует, что развивая этот процесс, мы регулируем всю взаимосвязанную цепь последствий, управляем ими. Еще в XVI веке Ф. Рабле высказал мысль об изучении трудовых операций ремесленников. Ч. Бэббидж одним из первых исследовал трудовые движения рабочего и связанные с ними затраты времени в целях повышения эффективности труда. Кроме того, он занимался вопросами исчисления себестоимости производимых товаров, установил факт влияния различных цветов на эффективность работ, делал различия между трудом физическим и умственным. Ч. Бэббидж был сторонником применения счетных машин, работающих на перфокартах. Его аналитическая машина должна была освободить управленцев от целого ряда рутинных операций. Социальные аспекты функционирования текстильной промышленности Англии и способы их регулирования изучал доктор медицины Эндри Юр. После обследования многих заводов и многочисленных личных бесед с рабочими, он написал работу "Философия производства". Там нашли отражение данные о среднем возрасте британских рабочих, состоянии здоровья, их занятости по категориям работ, условиях труда, образе жизни. Рассматривались также факты, характеризующие обнищание и злоупотребление детским трудом. Э. Юр осуждал существующую систему управления трудом на фабриках, при которой заработок взрослых рабочих, в отдельных производственных звеньях, зависел от выработки детей. Любой сбой в работе последних вызывал жестокие побои со стороны взрослых. Автор предлагал, в качестве выхода из сложившейся ситуации, дальнейшее вытеснение ручного труда машинным. Система сплошной механизации, по его мнению, должна была стать надежной и эффективной основой рационального управления трудом, устранения конфликтов и улучшения жизни.

Проблемы становления рабочего класса, условий и оплаты его труда, особенностей быта нашли также широкое отражение в специальных исследованиях. Достаточно назвать работы Р.Оуэна "Образование характера" (1813), Д.Уэйда "История среднего и рабочего классов" (1835), Дж.Такетта "История положения трудящихся в прошлом, и настоящем, включая развитие сельского хозяйства, промышленности и торговли" (1846), П.Венсара "История труда и трудящихся во Франции" (1845-1846), Ф.Энгельса "Положение рабочего класса в Англии" (1845) и целый ряд других. Их содержание в совокупности еще раз свидетельствует о том, что управление рабочей силой в рассматриваемый период имело грубо-эмпирический, административный характер.

С завершением промышленных переворотов в 70 гг. XIX в. на практику управления начинает воздействовать ряд новых факторов. Существенно возрастает мощность паровых двигателей. В машиностроении углубляется специализация по видам и внутри отдельных видов станков. Усложнение производимых деталей машин становится причиной появления нового металлообрабатывающего оборудования. В 90-х гг. были созданы многошпиндельные станки-автоматы, максимально увеличившие количество одновременно работающих инструментов. По-

высилась скорость операций и точность обработки. Зарождается массовое производство. Распространяются связанные с ним поточные линии – совокупность машин и рабочих мест, расположенных по ходу технологического процесса. За каждым местом закрепляется одна или несколько операций. Все эти изменения повышавшие степень многообразия, динамичности, взаимосвязанности процессов требовали большей четкости и рациональности в планировании, организации, корректировании, контроле со стороны управленческих структур. Проблема соответствия профессиональных знаний менеджера в изменившейся ситуации становилась все более актуальной.

Постепенно на смену паровому двигателю приходит двигатель внутреннего сгорания, электродвигатель, паровая турбина. Это способствует дальнейшему росту размеров и усложнению внутренней структуры промышленных предприятий. Вместе с тем завершается формирование мирового рынка, усиливается конкуренция, еще больше ускоряющая концентрацию производства и капитала. Концентрация производства открывает целый ряд существенных потенциальных возможностей: углубления специализации, лучшего использования оборудования, снижения административных расходов, роста масштабов исследовательских работ, сокращения расходов по сбыту. То есть возникает еще один мощный многоаспектный фактор с одной стороны расширяющий творческий потенциал управления, а с другой – требующий от управленцев большего объема знаний и умений в части поддержания и корректировки новых процессов. Одновременно развивается объективный процесс корпоратизации экономики. Предприятие во главе с единоличным собственником-управляющим начинает отесняться акционерной компанией. Акционеры предпочитают специалиста-управленца. Собственность отделяется от управления и оно все больше становится, наряду с капиталом и трудом, самостоятельным фактором производства. Но это становление наталкивается на дефицит управленческих знаний, отсутствие надлежаще подготовленных кадров. Сохраняются и старые недостатки промышленного управления, такие как преобладание администрирования в ущерб продуманной организации работ, артельные формы распределения труда в низовых рабочих группах, недостаточное внимание режиму работы оборудования, упорное социальное противостояние и конфликтность. На пересечении этих тенденций все больше начала определяться потребность в новом, более рациональном, динамично-адаптивном управлении. Проблема подготовки новых управленческих кадров с особой остротой встала в последние десятилетия XIX века. Назревший уровень спроса вызвал ускоренный отклик предложения.

Одна из первых школ подготовки менеджеров возникла в 1881 г. при Пенсильванском университете (США). В том же году американец Джон Вартон предложил первый управленческий курс для преподавания в колледже. Одновременно подготовка управленцев началась во Франции (коммерческая школа при Парижской торговой палате). Несколько позже, в конце XIX века были сделаны первые шаги в сторону управления рыночными связями предприятий. Исходя из анализа проблематики рынка, американцы Д.Уэлд и Г.Эмери пришли к выводу, что основным фактором сдерживания производства в новых условиях является сбыт. А

уже в 1902 г. в Калифорнийском и Мичиганском университетах читались курсы маркетинга.

На основании приведенного фрагмента из истории, практики и теории менеджмента представляется возможным сделать следующие основные выводы:

1. В процессе долгосрочного развития уровень системности управляемого производственного объекта повышается. Усиливаются внутренние связи, зависимости, опосредования. Резко возрастает разнообразие процессов. Эти существенные перемены вызывают необходимость изменений в структуре и содержании управления. Согласно Эшби, уровень разнообразия управленческих методов регулирования процесса развития должен приближаться к уровню разнообразия в развивающейся производственной системе. Это, в свою очередь значит, что научное представление о процессе ее развития должно быть интегрировано в теории управления. Изучение эволюции управляемого объекта и динамики его управленческой системы вызвано необходимостью:

- а) выяснения механизма долгосрочной взаимосвязи между изменениями в производственной системе и в ее управлении;
- б) познания особенностей взаимодействия управленческой теории и практики;
- в) обобщения и использования управленческого опыта, а также регулирования управленческих процессов.

Прошлое входит в настоящее и будущее управленческих систем в форме долгосрочных процессов (совершенствование учета, отчетности, специализация, стандартизация и т.д.). Содержание и структура этих процессов постепенно меняется. Но, как правило, не все их потенциальные возможности реализуются в данном историческом периоде. Поэтому изучение их прошлого связано не только с потребностями объективного понимания в настоящем, но и с выявлением резервов и выяснением перспектив,

2. Критический анализ долгосрочного процесса развития менеджмента необходим в целях дальнейшего совершенствования теории и практики управления.

3. Обращаясь к истории, на "стыке" практики и теории менеджмента, мы обнаруживаем проблемы, часть из которых продолжает оставаться нерешенной и в модифицированной форме повторяется в наше время. К ним относится, к примеру, бегло рассмотренная выше проблема приоритетов: сначала машинное производство оборудования, затем ручное изготовление к нему винтов, клиньев, заклепок "на глаз". Нечто подобное, как свидетельствует П.Г. Ротуэлл [8], мы обнаруживаем в производственной практике современной Англии. Изучив особенности внедрения новых технологий на промышленных предприятиях, она отмечает, что во многих случаях "считалось более важным хотя бы запустить систему, чем провести соответствующую подготовку кадров для ее эффективной работы" [8]. Оказывается, что методология решения этих отдаленных проблем во-первых – является сходной, во-вторых, требует кардинального пересмотра. Таким образом, поиск и постановка аналогичных проблем в ходе изучения истории и теории менеджмента является одним из важных и актуальных выходов в современность.

4. Исследование процесса развития теории и практики менеджмента от глубочайшей древности до современности диктуется не только необходимостью их дальнейшего совершенствования, обобщения опыта, разработки актуальных междис-

циплинарных проблем. В наши дни управленческий континуум становится широчайшим полем эвристического поиска для исследователей, решающих неординарные управленческие проблемы. Углубленный анализ факта из очень далекого прошлого, скажем праздника Сед, который проводился жрецами древнего Египта для восстановления ослабевшей энергии фараона, может привести нестандартно мыслящего современного ученого к созданию оригинального духовно-оздоровительного тренинга для менеджеров.

5. Сказанное дает основание также заключить, что предметом исследования истории менеджмента (управленческого континуума) является долгосрочный, многоуровневый процесс развития практики и теории управления, имеющий выход в современность.

По отношению к теории, практике и методологии менеджмента управленческий континуум выполняет ряд исключительно важных творчески-стимулирующих (тензорных) функций. Важнейшими из них, на наш взгляд, являются: совершенствование методологии исследований и методологии принятия управленческих решений, определение степени влияния национального менталитета на эффективность менеджмента данной страны, исследование долгосрочных процессов в целях постановки актуальных теоретических и практических проблем, трансформация научного принципа развития в теорию, методологию и практику менеджмента.

Рассмотрим некоторые из них. Начнем с функции трансформации научного принципа развития. Отметим поначалу, что в рамках управленческого континуума в настоящее время изучается, в основном, эволюция управленческой мысли. Но за этим этапом, со временем, последует второй: анализ процесса развития сложной динамической системы, включающей следующие основные составляющие: теорию управления, реальную управленческую практику и управляемый производственный объект. При этом в ходе анализа обязательным будет учет влияния внешних факторов: окружающей рыночной и социальной среды, государственного, регионального и местного управления. При разработке такого рода анализа, на первый план выдвигается одна из важнейших методологических проблем – трактовка процесса развития подсистем и системы в целом. Следует отметить, что в современной философской литературе эта проблема разработана недостаточно. Развитие рассматривается как системный процесс необратимых качественных изменений, детерминантами которого являются организация системы, структура, принципы функционирования, информация, внешние воздействия. Степень внутренней интеграции считается мерой развитости системы. В экономической же и управленческой практике развитие часто трактуется как линейный жестко-детерминированный процесс, т.е. в свете механистических воззрений времен господства паровой машины. Между тем, в последние десятилетия, благодаря успехам целого ряда наук, теоретические представления этого плана начали резко меняться. Развитие стало рассматриваться как вероятностный процесс, подчиненный статистическим закономерностям. Квантовая механика и ядерная физика существенно расширили наши представления о соотношении части и целого, пространственно-временных характеристик микрообъектов, положительного и отрицательного в понимании массы и энергии (механика Дирака). И этот научный и

методологический опыт нельзя игнорировать, разрабатывая новую теорию развития. Одновременно с этим встает вопрос об интеграции в ее структуру принципа дополнительности, роли оптимальных пределов, которые достигаются элементами производственных систем в ходе функционирования, представлений о месте инверсионности, маргинальных качественных изменений, механизма возникновения случайностей и аномалий и т.д.

Перед историей управления, таким образом, встает проблема интеграции новейших данных о развитии и разработки рабочих моделей сопряженных динамических подсистем: управленческой теории, управленческой практики и управляемого экономического объекта. Это значит, что речь идет и о создании специальной концепции методологического инструментария анализа долгосрочной динамики этих составляющих. Надо полагать, что именно этот путь приведет к разработке таких вариантов научной истории менеджмента, которые обеспечат адекватное отражение действительности и, одновременно, принесут существенную пользу теории и практике управления. Ведь сегодня в этих взаимосвязанных областях проблема трактовки развития весьма далека от совершенства. Как свидетельствуют источники, под понятием развития в западной управленческой науке и практике понимается: а) одна из основных функций компании (кроме маркетинга, производства, управления), б) определение методов решения задач для достижения положительных целей. Кроме того, различают рыночное развитие (расширение сбыта) и организационное развитие (трудовых ресурсов, управления, инициативы). При этом отсутствие единой теоретико-методологической базы трактовки развития производственного объекта в управленческой практике вызывает ряд существенных недостатков: сложность определения тех аспектов развития, которым необходимо уделить основное внимание, чрезмерное увлечение новым направлением, вызывающее расточительное обращение с ресурсами и др. [1]. Таким образом, разработка и опробование нового, интегрированного теоретико-методологического варианта трактовки, исследования и практической корректировки процесса развития в истории менеджмента напрямую связаны с этой проблематикой в теории и практике менеджмента. Безусловно, это сложная, многоаспектная проблема, требующая усилий многих ученых. Но возникает следующий вопрос: что мы можем ожидать от ее решения на практике? На этот вопрос, кроме сказанного, в границах современной информации о предмете познания, можно ответить следующее:

1) Разработка единой теоретико-методологической концепции развития управляющей и управляемой системы (включая внешние детерминанты) и создание их рабочей модели позволит сформировать единую научную базу углубленного понимания и более эффективного использования уже применяемых в управлении методов: приемы и оценки многоуровневых решений, методы анализа неопределенности, имитационного моделирования, анализа внутри и межфирменных отношений и т.д.

2) Если мы попытаемся на основе новой теоретически обогащенной модели производственной системы разработать детальную матрицу поля ее развития, с определением степени приближения основных компонентов (оборудование, технология, управленческие звенья и т.д.) к оптимально возможному функциональ-

ным пределам, нарастанием инверсионных явлений и процессов (разделение ранее неделимого, соединение ранее не соединимого, перемена мест, антитеза, долгосрочным формированием сети маргинальных качественных изменений и др.), – мы сможем существенно расширить информационную основу принятия управленческих решений. В частности, получить упреждающую информацию о возможных случайностях, нарастающих аномалиях, угрозах.

3) Новая теоретико-методологическая концепция развития управляемого объекта, с ее прикладным инструментарием, в известной степени, может стать и научной основой управления интеллектуальным трудом управленческого персонала. При этом, в тех компаниях, где существуют отделы развития, могут быть созданы подотделы гибких интеллектуальных систем, включающие многопрофильных специалистов высокого класса, экспертные системы, системы поддержки открытий и базы данных о конкурентах, специальные методики применения эвристических подходов. Их главной задачей станет оптимизация делового развития, поиск нетрадиционных путей и решений, повышающих конкурентоспособность фирмы, ее адаптацию к изменениям внешней среды.

Одной из важнейших творческих функций истории менеджмента, как уже отмечалось, является исследование долгосрочных процессов в целях постановки в теории и практике менеджмента еще не решенных актуальных проблем. Обратим внимание на долгосрочную тенденцию отношения теории и практики к человеческому фактору. С учетом сведений, изложенных по данному вопросу в исторической части этой статьи, приведем небольшой пример, в основу которого положена полученная нами схема постепенного усиления внимания научного и практического менеджмента к непосредственному производителю (XX век). По сравнению с предшествующим периодом, в первые десятилетия XX века мы наблюдаем значительный интерес к анализу трудовой деятельности на рабочих местах, внедрению научной организации труда, повышению заинтересованности исполнителя с помощью регулирования заработной платы. С 30-х годов (Ф. Шелдон, Э. Мэйо, Д. Мак-Грегор, Ф. Херцберг и др.) к предприятию начинают подходить как к социальной системе. В рамках этой системы трудящийся рассматривается как индивидуум. Положительная мотивация требует чтобы с ним обращались как с личностью. Адаптация менеджмента к человеческой природе проявляется в управлении межличностными отношениями в группах и рабочем коллективе в целом. С 50-х годов в теории менеджмента трудовые ресурсы рассматриваются как определяющий фактор. Утверждается мнение, что целью управления является не только прибыль: "ценность жизни выше ценности производства". Особо большое внимание уделяется созданию духа взаимопонимания, консолидации исполнителей, управленцев и собственников. Затраты на человека рассматриваются не как издержки, а как активы компании. Поощряется участие рабочих в структуре промышленного менеджмента, привлечение их представителей в советы директоров корпорации, участие в прибылях, разнообразятся формы оплаты труда. В экономической теории появляется понятие человеческого капитала, который трактуется как мера воплощенной способности приносить доход и включает "врожденные способности и таланты, а также образование и приобретенную квалификацию" [9]. В теории управления среди факторов, влияющих на успешную деятельность в

первую очередь выделяются: умственные и физические способности, ценности и взгляды, потребности. Уже на основе этих фактов можно сделать следующие основные выводы: 1) на протяжении XX века активизация деятельности непосредственного производителя осуществлялась посредством внешних по отношению к нему факторов: организация работ, дисциплина труда, зарплата, отношения в группах, участие в управлении и др., 2) но в теории и практике менеджмента этого периода наблюдается и тенденция повышения внимания к внутренним, духовным элементам личности: мышление, знания, ценности, взгляды, потребности, умения и навыки (которые обычно тщательно проверяются при приеме на работу).

А теперь, для сравнения тенденций развития обратимся к практическому опыту японского менеджмента. Ядро его эффективной системы составляют следующие неразрывно связанные элементы: а) групповой менталитет японцев (долг чести (гири) – правила поведения в группе), б) пожизненный найм и объединяющая работников корпоративная психология: "мы все – одна семья", в) система ежедневного, коллективного морально-психологического тренинга: пение гимна предприятия, декламация производственных лозунгов, г) самомотивация производится на основе морального осознания неразрывности своих жизненных и производственных задач, д) культ пожизненного совершенствования знаний, е) системы навыков и умений в ряде смежных специальностей, ж) материальное и моральное стимулирование участника производства.

Проанализировав все перечисленные составляющие можно заключить, что в отличие от западного, японский менеджмент уже, в известной степени, приступил к практическому применению системы управления духовными производительными силами личности и производственного коллектива (мышление, знания, чувства, навыки и умения, мораль как концентрированная форма духовности). Правда, процесс этот настолько тесно связан с историко-экономической и ментальной основой японского общества, что остается, как нам представляется, не вполне теоретически осознанным. Но последнее обстоятельство особенно важно в настоящее время. Речь идет о новом аспекте управленческой науки – менеджменте духовных производительных сил личности, семьи, производственного коллектива, региона, нации в целом.

Необходимость его теоретической разработки и нестандартной, осторожной реализации вызвана в настоящее время рядом объективных причин:

1. В структуре современных промышленных предприятий долгосрочные положительные изменения в технико-технологическом комплексе проходят в направлении от макро к микропроцессам, от жестких к гибким компьютеризированным производственным системам. На уровне непосредственного производителя подобные качественные тенденции, за редкими исключениями прослеживаются гораздо слабее. Если это отставание не будет ликвидировано – человеческий фактор может стать одной из главных причин торможения производства, снижения его эффективности.

2. Постепенное исчерпание сырьевых и энергетических ресурсов, постоянный рост их стоимости, усиление конкуренции делают насущной необходимостью повышение управленческой, организационной, экономической и деловой культуры производства, включая духовную культуру непосредственного производителя.

3. В настоящее время выживание слаборазвитых и повышение конкурентоспособности развивающихся стран (включая государства СНГ), при всех прочих условиях, неизбежно связано с преодолением традиционализма, с духовной реформацией идущей снизу и вовлекающей непосредственного производителя. В этих ситуациях менеджмент духовных производительных сил, являясь рабочим механизмом реформации, выступает и в роли общественно-консолидирующей идеологии, препятствующей этническим, религиозным, межпартийным конфликтам.

4. Роботизация производства грозит превратить массовую безработицу в одну из тягчайших общественных проблем. Но духовный менеджмент, существенно расширяя сферу духовного обслуживания и приложения творческих способностей человека, будет способствовать рациональному перераспределению и качественному самоизменению рабочей силы.

Итак, с помощью истории менеджмента мы вышли к постановке чрезвычайно актуальной, сложной и неординарной проблемы. Ее решение зависит от усилий многих энтузиастов и, в частности, от представителей молодой, крепнущей Одесской школы менеджмента (экономико-правовой факультет ОНУ имени И.И. Мечникова, факультет экономики и управления производством ОНЭУ) и сотрудничающих с ней зарубежных ученых.

Пора приниматься за дело. Время не ждет.

Литература

1. Карлофф Б. Деловая стратегия. – М. : Экономика, 1991. – 562 с.
2. Катон, Варрон, Колумелла, Плиний. О сельском хозяйстве. – М. : Гос. изд-во с.- х. лит., 1957. – 456 с.
3. Klemm F. Der Beitrag des Mittelalters zur Entwicklung der abendländischen Technik. Wiesbaden, 1861, P.14-15.
4. Hutten, Münzer, Luter. Berlin-Weimar, 1970, Bd II, 398 p.
5. Rossi P. Filosofowie i maszyny. PWN, 1978, 448 p.
6. Deutsche Gewerbeswesen von der frühesten Zeit bis auf die Gegenwart. Potsdam, 1866.
7. Klima A. Manufakturi obdobi v Čechach. Praga, 1955, 348 p.
8. Потемкин Ф.В. Промышленная революция во Франции / Ф.В. Потёмкин; АН СССР, Отделение истории. – М. : Наука, 1971. – Т. 1 : От мануфактуры к фабрике. – 453 с.
9. Дункан У. Дж. Основополагающие идеи в менеджменте : Пер. с англ. — М. : Дело, 1996. – 677 с.
10. Микропроцессоры: социально-экономические аспекты внедрения / Сокр.пер.с англ.: Под ред.М.Уорнера. — М. : Экономика, 1989. — 223с.
11. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика / Пер. с англ. — М. : Дело ЛТД. 1993. — 864 с.

Аннотация

Уперенко Н.А., Коваленко С.Н. Управленческий континуум и некоторые проблемы современного менеджмента. – Статья.

Статья посвящена рассмотрению взаимосвязей современного менеджмента и управленческого континуума. Рассмотрены особенности долгосрочного процесса формирования управления как взаимодействия практики и теории.

Ключевые слова: управленческий континуум, школы менеджмента, функции менеджмента.

Анотація

Уперенко М.О., Коваленко С.М. Управлінський континуум і деякі проблеми сучасного менеджменту. – Стаття.

Стаття присвячена розгляду питань взаємозв'язку сучасного менеджменту та управлінського континууму. Розглянуто особливості довгострокового процесу формування управління як взаємодії практики і теорії.

Ключові слова: управлінський континуум, школи менеджменту, функції менеджменту.

Annotation

Uperenko N., Kovalenko S. Management continuum and some problems of modern management. – Article.

The article is devoted to the new opinion for intercommunication for administrative continuum and present-day management. The features of long-term process of forming of management as co-operations of practice and theory are considered.

Keywords: management continuum, schools of management, functions of management.

УДК 657.1

Балахонова О.В.,

доктор економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки, менеджменту та інформаційних технологій

Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна»

РОЗВИТОК АСПЕКТІВ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ЙОГО БУХГАЛТЕРСЬКОЇ ЗВІТНОСТІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ РИНКУ

В нашій країні довгий час проблемі навчання управлінського персоналу і прийняття ними грамотних управлінських рішень на основі аналізу бухгалтерської документації не приділялось належної уваги. Це відбувалось тому, що в адміністративно-командній системі основні рішення приймались на рівні міністерств та відомств. На більш низькому рівні ці рішення тільки перетворювались в життя. Задачі низького рівня управління – приймати тактичні рішення, які обов'язково контролювались вищими органами. В умовах ринкової економіки збільшується відповідальність керівників усіх рівнів при прийнятті рішення. Це пов'язано з тим, що кожне рішення може вплинути на положення даного конкретного підприємства, та немає вищестоящих органів, що розробляють і контролюють прийняття стратегічних рішень і диктують їх обов'язкове втілення. Тому розглядання даної проблеми дуже актуально.

При формуванні української моделі управління важливою задачею є виявлення тією частини національних традицій культури, які найбільш сумісні з сучасними методами і системами управління. Однак, формуючи українську модель управління і прийняття рішень, необхідно враховувати та опиратись на розробку не тільки зарубіжних, але й українських, радянських вчених. Зокрема, в СРСР широко застосовувались методики прийняття колективних рішень. На сучасному етапі розвитку частіше застосовують методики прийняття рішень в умовах визначеності, ризику та невизначеності. Це пов'язано з тим, що, у відмінності від бізнесу в розвинутих країнах, бізнес в Україні менш формалізований та його розвиток проходить в умовах неповної інформації, тобто умови розвитку бізнесу в нашій країні більш жорсткі, динамічні та менш передбачені. Описані вище умови зумовили напрямок досліджень, результат яких узагальнений в даній статті.

Актуальність теми дослідження визначається тим, що ефективно управління в умовах нестійкого ринку, сильного до нерівномірності розвитку, не стаціонарності ринкових процесів – необхідна умова збільшення ефективності бізнесу, створення, розвиток і реалізація конкурентних переваг підприємства, шлях до його виживання. Особливо актуальними ці питання стають для ринка промислової продукції, де в умовах вільної конкуренції вже сформувалась модель нестійкості ринку навіть в умовах відносної стійкості розвитку економіки регіону або країни.

Відповідно, розробка процесу прийняття рішення на підприємствах автомобільного транспорту в умовах невизначеності і ризику, нестійкості розвитку ринка, формування кризових явищ, науково-технічних тенденцій по управлінським

рішенням з урахуванням особливостей функціонування промислових підприємств – питання закріплення та розвитку в будь-яких ринкових умовах [4].

У межах даного дослідження автором було проаналізовано роботи наступних фахівців : Друрі К. [3], Захарченко В. [4], Росс С. [5], Ткаченко Н. [6] та ін.

Аналіз вітчизняних та зарубіжних літературних джерел, присвячених питанню прийняття управлінського рішення, показав, що в теперішній час відсутнє однозначне та загальноприйняте розуміння навіть самого терміна «управлінське рішення». Що стосується інструментарію прийняття, процесу та технології управлінських рішень, теорія та методологія хоча і представляються масштабними по кількості розробок, але до сих пір не розробили єдину думку, розуміння перерахованих аспектів проблеми. Найчастіше управлінське рішення характеризують як: продукт управлінської праці; процес вибору альтернативи; творчий акт суб'єкту управління, що визначає програму дій; організаційну реакцію на проблему. Всі ті визначення, на наш погляд, не є вдалими з причини того, що вони практично не відображають специфіку управлінського рішення, як рішення, що носить громадський характер. Враховуючи цю обставину сформульовано уточнене визначення: управлінське рішення – це результат аналізу, прогнозування, оптимізації, економічного обґрунтування та вибору альтернативи із безлічі варіантів досягнення конкретної цілі організації керівником в межах його посадових повноважень та компетенції, закріплених в нормативних і розпорядчих документах.

Як бачимо, з цих визначень, поняття «управлінське рішення» містить в собі наступні основні аспекти: психологічний, соціальний, інформаційний, правовий, економічний, організаційний.

Дослідження складається в удосконаленні теоретичних основ та розробка методологічних аспектів технології прийняття управлінських рішень на підприємствах промисловості в умовах нестабільності ринку. Вказана ціль зумовила постановку та послідовне рішення автором наступних дослідних задач.

Факторами нестійкості в діяльності підприємства при прийнятті управлінського рішення (ПУР) найчастіше є стрес, паніка, недостатня інформованість. Для дослідження стану процесу ПУР на практиці найчастіше застосовують метод експертних оцінок, порівняльний та економіко – статистичний методи аналізу. Поєднання різних дослідних методів дозволяє отримати достовірні висновки про проблеми та стан процесу ПУР на промислових підприємства міста Одеси. Однак передумови формування передкризових, кризових та посткризових ситуацій, потребують інших, більш адаптивних методів та методик, а можливо і їх поєднання для отримання точних оцінок параметрів управлінських рішень і процесів їх вироблення. А відповідно, в свою чергу, цей момент може бути вирішений або уточнений за допомогою детальної формалізації технологій прийняття управлінського рішення [2].

Для визначення порядку прийняття управлінського рішення нами були вивчені етапи процесу прийняття управлінських рішень та основні методологічні принципи основних світових шкіл управління: американської, німецької, японської та української, що дозволило виділити основні концепції української школи управління, які можна застосувати при прийнятті управлінських рішень транспортними підприємствами в умовах нестійкості ринку. До них належать:

1. Концепція копіювання західної теорії менеджменту, яка не враховує особливостей українського менталітету. Ймовірність реалізації цієї концепції вельми велика в силу своєї простоти та звички бездумного копіювання західного досвіду. Але не рахуємо, що не можна переносити одну модель менеджменту в економіку іншої країни без урахування її специфічних умов і насамперед психологічних та соціально – культурних факторів;

2. Концепція адаптації західної теорії менеджменту передбачає часткове врахування особливостей українського менталітету, тобто не просто копіювання, а пристосування західної теорії до сучасних українських умов. Тем не менш, з'являється питання про те, яку із західних систем управління адаптувати при тому, що вони дуже відрізняються одна від одної. При будь-якому виборі існує ризик використання системи управління, що враховує специфічні особливості, умови функціонування економіки, рівень соціально – економічного розвитку та менталітету жителів інших країн (Японії, США та Західної Європи);

3. Концепція української теорії менеджменту виходить з повного врахування особливостей українського менталітету з використанням аспектів світового досвіду управління. При цьому неможливо ні точне копіювання західного та східного досвіду, ні повне заперечення досягнень західної та східної шкіл менеджменту. І перше, і друге однаково незастосовне.

Виконання нами досліджень дозволило прийти до висновку, що для українського менеджера характерний менш ефективний підхід до прийняття рішення, якщо враховувати всі особливості, інструменти, методи, що використовуються менеджментом різних рівнів управління. З урахування національної та управлінської культури нами зроблений висновок, що в умовах України доцільно використовувати «жорсткий менеджмент». Використовувати в повсякденній практиці елементи, наявні азіатській та західним школам управління, необхідно тільки після їх адаптації до конкретної ситуації, так як український менеджмент не витримує рамок «технології», часто відхиляючись та мотивуючи відхилення невідповідностями систем та менталітету.

Процес прийняття рішення в технологічному аспекті можна представити як послідовність етапів, операцій і процедур, між якими існують прямі та зворотні зв'язки. Фактична кількість етапів, операцій та процедур визначається важкістю і типом розв'язуваної проблеми. Для українських підприємств в транспортній галузі характерно прийняття управлінських рішень в умовах високої невизначеності розвитку ситуації. Це обумовлено соціально – політичними, адміністративно – законодавчими, виробничими, комерційними, фінансовими та іншими факторами, а також швидко мінливими обставинами. Умовами, що створюють невизначеність, є вплив факторів як зовнішнього середовища ринку (законодавство, реакція ринку на надані послуги, дії конкурентів), так і внутрішнього – специфіки діяльності промислового підприємства (компетентність персоналу фірми, помилковість визначення характеристик проекту і т.д.) середовища організації. При цьому з'являються найрізноманітніші види невизначеності. По-перше, слід відзначити високу ступінь невизначеності якості сервісних послуг і стану коштів праці, пов'язаних з технологією. Частково вона пояснюється впливом безлічі випадкових факторів, викликаних плином основного технологічного процесу основного

виробництва поза територією промислового підприємства, що знижує ступінь надійності управлінського рішення. По-друге, велика мінливість умов викликається особливостями предмета праці: різноманітністю та непостійністю клієнтури і номенклатури вантажів. По-третє, часто зустрічаються види невизначеності сучасного промислового підприємства такі як: розширення парку обладнання, його оновлення, освоєння нових регіонів та напрямків діяльності, розробка нових видів послуг на основі сучасних логічних схем.

З цією ціллю, щоб уникнути прийняття негативного управлінського рішення, необхідний детальний аналіз фінансової звітності досліджуваного підприємства [4]. Такий аналіз може бути приведений з допомогою методики GAAP (загальноприйняті стандарти бухгалтерського обліку в США).

Він може бути доповнений класичним аналізом, оснований на радянському досвіді [5].

В ході проведеного аналізу був проведений аналіз конкретного промислового підприємства по методиці GAAP (таблиці 1, 2, 3, 4).

Таблиця 1

Балансовий звіт ПАО «Одесагаз» за 2011-2012 рік, тис.грн.

Стаття	2011 рік	2012 рік	Зміни
	Активи		
Оборотні кошти:			
Рахунки до отримання	160111	146369	-13742
Товароматеріальні запаси	17706	16002	-1704
Грошова готівка	41388	30992	-10396
Всього	219205	193363	-25842
<u>Всього основних активів</u>	<u>1416036</u>	<u>1367928</u>	<u>-48108</u>
	Пасиви		
Поточні зобов'язання:			
Рахунки до оплати	328155	243894	-84261
Векселя до оплати	0	0	0
Всього	328155	243894	-84261
Довгострокові заборгованості:	241268	227817	-13451
Всього	241268	227817	-13451
Власний капітал:			
Уставний капітал	925614	965312	39698
Капіталізований прибуток (збиток)	-79001	-69095	9906
Всього	846613	896217	49604
Всього заборгованостей та власного капіталу	1416036	1367928	-48108

Якісний аналіз досліджуваного підприємства може бути доповнений модельними розрахунками. Наприклад, можливо використати п'ятифакторну модель Альтмана для акціонерних товариств, чії акції котируються на ринку.

Таблиця 2

Звіт про прибуток та збиток ПАО «Одесагаз» за 2011-2012 рік, тис.грн.

Показник	2011 рік	2012 рік
Дохід від реалізації	1328990	1354530
Об'єм продажу	1097102	1125815
Амортизація	33750	89028
Вартість проданої продукції	1136489	1143590
Валовий прибуток до виплати процентів і аналогів		
<u>збиток</u>	-73137	-106803
Виплачені проценти	15496	70348
Фінансовий результат – <u>збиток</u>	-88633	-177151
Інші фінансові прибутки	35730	116487
Оподаткований фінансовий результат – <u>збиток</u>	-52903	-60664
Податки	-19109	1295
Чистий дохід – <u>збиток</u>	-33794	-61959
Доповнення до капіталізованого прибутку	-	-
Дивіденди	-	-

Таблиця 3

Звіт про грошові потоки ПАО «Одесагаз» за 2012 рік, тис. грн.

	2012
Грошові кошти на початку року	41388
Операційна діяльність	
Чистий прибуток	-61959
Амортизація	89028
Збільшення кредиторської заборгованості	-84261
Збільшення дебіторської заборгованості	-13742
Збільшення товарно – матеріальних запасів	-1704
Чистий грошовий потік від операційної діяльності	-41746
Інвестиційна діяльність	
Придбання основних засобів	-36285
Чистий грошовий дохід від інноваційної діяльності	-36285
Фінансова діяльність	
Зменшення векселів до виплати	0
Зменшення довгострокової заборгованості	-13451
Виплата дивідендів	0
Збільшення у власному капіталі	39698
Чистий грошовий потік від фінансової діяльності	26247
Чисте збільшення грошових коштів	-10396
Грошові кошти в кінці року	30992

Таблиця 4

Основні фінансові коефіцієнти для передпланової оцінки заходів

Коефіцієнт	2011 р.	2012 р.
1. Показники короткострокової платоспроможності та ліквідності		
К 1.1. Коефіцієнт покриття	0,67	0,79
К 1.2. Коефіцієнт термінової ліквідності	0,61	0,73
К 1.3. Коефіцієнт грошових засобів	0,12	0,13
К 1.4. Коефіцієнт NWC	-0,08	-0,04
К 1.5. Коефіцієнт захищеного періоду	70,4	61,72
2. Показники довгострокової платоспроможності		
К 2.1. Коефіцієнт загальної заборгованості	0,4	0,34
К 2.2. Коефіцієнт довгострокової заборгованості	0,22	0,2
К 2.3. Коефіцієнт покриття відсотків	-4,72	-1,52
К 2.4. Коефіцієнт грошового забезпечення	-2,54	-0,25
3. Управління активами або показники оборотності		
К 3.1. Коефіцієнт використання активів	64,19	71,47
К 3.2. Коефіцієнт середнього періоду реалізації запасів	5,69	5,11
К 3.3. Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	6,85	7,69
К 3.4. Коефіцієнт періоду погашення дебіторської заборгованості	53,27	47,45
К 3.5. Коефіцієнт оборотності чистого оборотного капіталу	-10,07	-22,28
К 3.6. Коефіцієнт оборотності основних засобів	0,92	0,96
К 3.7. Коефіцієнт управління активами	0,77	0,82
4. Показники прибутковості		
К 4.1. Коефіцієнт маржинального прибутку	-0,03	-0,06
К 4.2. Коефіцієнт рентабельності прибутку	-0,02	-0,5
К 4.3. Коефіцієнт ROE	-0,03	-0,07

Якісний аналіз досліджуваного підприємства може бути доповнений модельними розрахунками. Наприклад, можливо використати п'ятифакторну модель Альтмана для акціонерних товариств, чії акції котируються на ринку.

Формула розрахунку п'ятифакторної моделі Альтмана має вигляд:

$$Z = 1,2X_1 + 1,4X_2 + 3,3X_3 + 0,6X_4 + X_5, \quad (1)$$

де X_1 – оборотний капітал до суми активів підприємства. Показник оцінює суму чистих ліквідних активів компанії по відношенню до сукупних активів (Власний капітал – необоротні активи) / Суму всіх активів;

X_2 – рівень рентабельності капіталу. Показник показує відношення минуло-річного чистого прибутку до суми всіх активів;

X_3 – прибуток до оподаткування до загальної вартості активів. Показник відображає ефективність операційної діяльності підприємства;

X4 – ринкова вартість власного капіталу / бухгалтерська (балансова) вартість всіх зобов'язань;

X5 – об'єм продажу до загальної величини активів підприємства характеризує рентабельність активів підприємства.

В результаті розрахунку Z – показника для конкретного підприємства робиться висновок:

Якщо $Z = 1,81$ – імовірність банкрутства становить від 80% до 100%;

Якщо $Z = 1,81-2,77$ – середня імовірність краху компанії від 35% до 50%;

Якщо $Z = 2,77 - 2,99$ – імовірність банкрутства не велика від 15% до 20%;

Якщо $Z = 2,99$ – ситуація на підприємстві стабільна, ризик неплатоспроможності малий.

Таким чином, розрахунки показали:

$$X1 = (846613 - 1196831) / 1416036 = -0,24732,$$

$$X2 = (-33794) / 1196831 = -0,03,$$

$$X3 = (-73137) / 1196831 = -0,06,$$

$$X4 = 846613 / (328155 - 241268) = 1,49,$$

$$X5 = 1097102 / 1416036 = 0,77$$

$$Z = 1,2 * (-0,24732) + 1,4 * (-0,03) + 3,3 * (-0,06) + 0,6 * 1,49 + 0,77 = 1,32.$$

В даному випадку, ситуація на підприємстві нестабільна, імовірність банкрутства на підприємстві становить від 80% до 100%. Показник дорівнює 1,81 та менше означає «червону» зону, тобто існує імовірність банкрутства підприємства. Прогноз імовірності банкрутства за допомогою моделі Альтмана має 80-90% точності.

Із здійсненням подібних проектів у підприємства з'являються як нові джерела доходу і нові можливості для економії на витратах, так і додаткові статті затрат, пов'язані з особливостями експлуатації нової техніки та удосконаленням технології виробництва та сервісних послуг. В ході розробки рішення керівник промислового підприємства може опиратись на думки своїх підлеглих, на жаль, не завжди адекватно відображають майбутню дійсність. Тому прийняття рішень в умовах невизначеності іноді призведе до негативного результату. Щоб знизити його величину та наслідки, пропонуємо застосовувати комбіновані та спеціальні методи прийняття управлінських рішень, орієнтованих на оцінку умов реалізації рішень: обмеження на ресурси; тимчасові обмеження (тимчасовий горизонт); складність реалізації управлінських рішень; кількість учасників, їх цілі та інтереси; значимість затрат та результатів для учасників; ризикованість та новизна; наявність альтернатив; терміновість прийняття управлінського рішення; взаємозв'язок з іншими об'єктами діяльності.

Особливості діяльності і умов ринку для підприємства промисловості зумовлюють спеціальні методи прийняття управлінських рішень, формування яких можливо, як доводять результати нашого дослідження, на основі комбінування традиційних методів, запозичених із інших галузей наукового знання та додаткових елементів, виявлених в результаті вивчення досвіду управління на промисловому підприємстві.

Література

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України // Інвестгазета. – 2006. – № 41. – С. 4-8.
2. Стратегія застосування міжнародних стандартів фінансової звітності в Україні // Інвестгазета. – 2008. – № 11. – С. 8-10.
3. Захарченко В.І. Організаційні зміни в українському бізнесі та нова економіка / В.І. Захарченко // Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління. – 2009. – Т. 12. – Вип. 28.- С. 6-16.
4. Друри К. Управленческий учт для бизнес-решений : [учеб. пособ.]; пер. с англ./ К. Друри. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 655 с.
5. Росс С. Основы корпоративных финансов : [пер. с англ.] / С. Росс, Р. Вестерфилд, Д. Бродфорд. – М. : ЛБЗ, 2000. – 720 с.
6. Ткаченко Н.М. Бухгалтерський фінансовий облік на підприємствах України : [підручник] / Н.М. Ткаченко. –К. : АСК, 2001. – 864 с.

Анотація

Балахонова О.В. Розвиток аспектів прийняття управлінських рішень на підприємстві на основі аналізу його бухгалтерської звітності в умовах нестабільності ринку. – Стаття.

У статті розглядаються результати дослідження процесу прийняття управлінського рішення на підприємстві на основі аналізу його бухгалтерської звітності. Визначена концепція прийняття управлінських рішень, які використовуються українським менеджментом у практичній діяльності. Уточнено фактори та умови прийняття управлінських рішень.

Ключові слова: управлінське рішення, підприємство, концепція.

Аннотация

Балахонова О.В. Развитие аспектов принятия управленческих решений на предприятии на основе анализа его бухгалтерской отчетности в условиях нестабильности рынка. – Статья.

В статье рассматриваются результаты исследования процесса принятия решения на предприятии на основе анализа его бухгалтерской отчетности в условиях нестабильного рынка. Определена концепция принятия управленческих решений, используемых украинским менеджментом в практической деятельности. Уточнены факторы и условия принятия управленческих решений.

Ключевые слова: управленческое решение, предприятие, концепция.

Annotation

Balahonova O. Development aspects of managerial decision-making in the company on the basis of an analysis of its financial statements in volatile market conditions. – Article.

Annotation: In article are considered results of research of process of acceptance of administrative decisions on enterprise on basic account documents in the conditions of the unstable market. Concepts of acceptance of administrative decisions used by the Ukrainian management in practical activities are defined. Factors and conditions of acceptance of administrative decisions are specified.

Keywords: administrative decision, enterprise, concept.

УДК 005.93(075.8)

Колосов А. М.,

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри менеджменту

Луганського національного університету імені Тараса Шевченка

ПЛАНУВАННЯ І БЮДЖЕТУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОГО Й МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА

В умовах наростаючої мінливості й невизначеності ринкового середовища така найважливіша функція управління як планування, що встановлює цілі діяльності підприємства і програму їх досягнення, все більше втрачає здатності визначати діяльність підприємства на майбутній плановий період. Саме практика традиційного планування, заснована на розробці планів на певний календарний період з дискретним коригуванням після їх закінчення, що мала безсумнівний успіх на етапах ринкових відносин, коли виробник трактував умови покупцеві, в даний час, коли пріоритет на ринку належить споживачу та оптовому продавцю, стає вкрай неефективною. Властивість інерції традиційного планування й стали тією точкою докладання зусиль дослідників і менеджерів передових підприємств, спрямованих на надання плануванню відповідної сучасному ринку динамічності. На цій основі набуло розвитку бюджетування, як сучасна форма планування, що відповідає завданню не тільки скласти план, але й всіма доступними менеджменту засобами виконати його. Оскільки бюджетування ще більш, ніж традиційне планування, є засобом досягнення цілей підприємства, то воно стало сприйматися як передова концепція економічного управління підприємством.

Однак, таке положення характерно для України та інших східноєвропейських країн на відміну від західноєвропейських, де в практиці підприємств під бюджетом (від англійського budget) давно розуміється фінансовий документ, складений у вигляді балансу доходів і витрат. Тобто, у практиці західних країн бюджетування, як фінансово-економічне планування, завжди виділялося із загального планування, об'єктами якого є всі види діяльності, наприклад: «планування технічного розвитку», «планування виробничого процесу» та ін. У зв'язку з цим важко визначити, коли бюджетування стало сприйматися новою технологією фінансового планування, але більш актуальною проблемою є не співвідношення цих споріднених понять, а те, яким чином враховувати при плануванні та бюджетуванні діяльності підприємства умови сучасного невизначеного й вкрай мінливого середовища. Саме вирішення цієї проблеми притягує увагу фахівців, що й обумовлює актуальність даної статті.

Аналіз публікацій із зазначеної проблеми свідчить про серйозні зусилля, яких докладають економісти в Україні та інших пострадянських країнах з адаптації теоретичної спадщини зарубіжних авторів і досвіду передових західних компаній для умов вітчизняних підприємств. Одні автори пов'язують сприйняття бюджетування в сучасному сенсі у зв'язку зі введеною Р. Капланом і Д. Нортоном так званої «системи збалансованих показників (ССП)», яка пов'язує в єдиній сис-

темі чотири групи показників планування (у сферах «Фінанси», «Клієнти», «Навчання та кар'єрний ріст», «Внутрішні бізнес-процеси») [1], інші – з Пітером Друкером, який вживав даного терміну у складі заходів здійснення менеджменту підприємства. В Україні, у зв'язку з введенням навчального курсу «Економічне управління підприємством» в систему економічної підготовки магістрів опубліковані навчальні посібники та наукові праці, що інтерпретують основні проблеми сучасного планування й бюджетування, наприклад [2], значна кількість робіт присвячена саме проблемам бюджетування [3]. Загальним напрямком розвитку технології сучасного планування є відхід від сприйняття детермінованості вхідних даних, що є невиправданим спрощенням реальності, і максимальне врахування безлічі факторів, що можуть впливають на мінливість параметрів зовнішнього середовища, що вже раніше розглядалося автором [4]. Поширюється застосування нечітко-множинних методів, коли очікувані фактичні значення можуть відрізнятися від планових в межах певних інтервалів [5; 6]. Проте, нові дані стосовно проблем планування діяльності підприємств в невизначених умовах зумовлюють необхідність викладення останніх досліджень автора з даного наукового напрямку.

Завданням цієї статті є стисле представлення підходів до планування і бюджетування на підприємствах у невизначеному ринковому середовищі.

Виклад основного матеріалу. По-перше, слід визначити співвідношення базових понять планування й бюджетування, спільним для яких є порядок розробки планів, зміст і структура основних економічних документів – кошторисів доходів і витрат, які в бюджетуванні називають бюджетами.

Представимо схематично на рис. 1 основні напрями видозмін, яких зазнає традиційне економічне планування в процесі його перетворення в бюджетування.

При здійсненні бюджетування відбувається певне перегрупування загальних функцій менеджменту, при якому саме бюджетування як би переміщається в центр функціонального кола управління, підпорядковуючи собі функції обліку, контролю й регулювання.

При цьому функція планування економічної діяльності частково як би поглинається бюджетуванням, яке отримує значення найважливішого вхідного каналу для функції встановлення цілей, а та з урахуванням оцінки всіх факторів впливу на підприємство з боку зовнішнього оточення і внутрішніх процесів, установлює цілі формування та підтримки в актуальному стані бюджетів підприємства і його підрозділів.

Технологія встановлення планових показників при розробці бюджетів останнім часом розвивається у напрямку максимально можливого передбачення тих змін у зовнішньому середовищі, стосовно вихідних розрахункових даних, що можуть відбутися впродовж планового періоду. Найпростішим інструментом подолання невизначеності чинників середовища є використання середньозважених значень вхідних параметрів, але це є недостатнім, бо може привести до одержання доволі зміщених оцінок планових показників і значного ризику їх невиконання. До найбільш актуальних технологічних нововведень у практику планування належать вірогідний, нечітко-множинний, експертний та інші підходи.



Рисунок 1. Напрямки видозмін, яких зазнає традиційне економічне планування в процесі його перетворення в бюджетування

Даний порядок функціонального перетворення економічного планування бюджетування покажемо схемою на рис. 2.

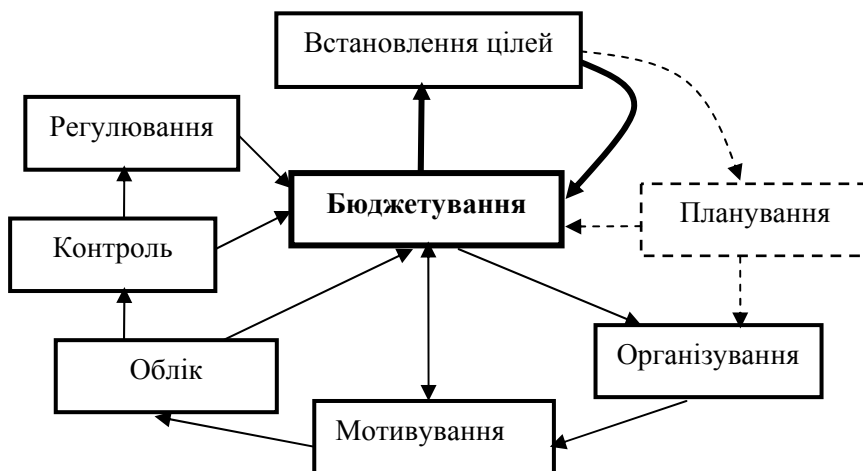


Рисунок 2. Схема перетворення функціонального управлінського циклу при запровадженні бюджетування

Так, найпоширенішою є практика застосування методу корегування ставок дисконтування, який передбачає приведення майбутніх грошових потоків до дійсного моменту часу за більш високою ставкою. Поправка на ризик в планових розрахунках може включатись або в норму дисконту або в величину гарантованого грошового потоку, як це відображено у якості прикладу в табл. 1.

Таблиця 1

Приклади застосування поправок на ризик не отримати запланованих показників підприємства

Оцінка ризику	Плановий показника	Величина поправки на ризик, %
Низький	Сума інвестицій у розвиток виробництва	3-5
Середній	Збільшення обсягу продажів продукції	8-10
Високий	Просування на ринок нового продукту	13-15
Дуже високий	Вкладення в дослідження й інновації	18-20

На основі визначених поправок можуть бути розраховані спеціальні понижуючі коефіцієнти на різні групи планових показників для кожного планового періоду. Технологія застосування методу сценаріїв передбачає розробку декількох альтернативних варіантів майбутнього розвитку подій з різним визначенням їх очікуваної ризикованості з прийняттям найбільш імовірного варіанту сценарію за базовий. Якщо існує безліч варіантів сценаріїв розвитку, але їхні імовірності не можуть бути вірогідно оцінені, то для прийняття обґрунтованого планового значення будь-якого показника з числа альтернативних в умовах невизначеності застосовуються методи теорії ігор, яка є теоретичною основою знаходження прийняття рішень в умовах невизначеності. Проілюструємо використання найбільш застосовуваних з приведених критеріїв при виборі однієї з двох стратегій планування прибуткових показників із двох стратегій планування витратних показників на рис. 3.

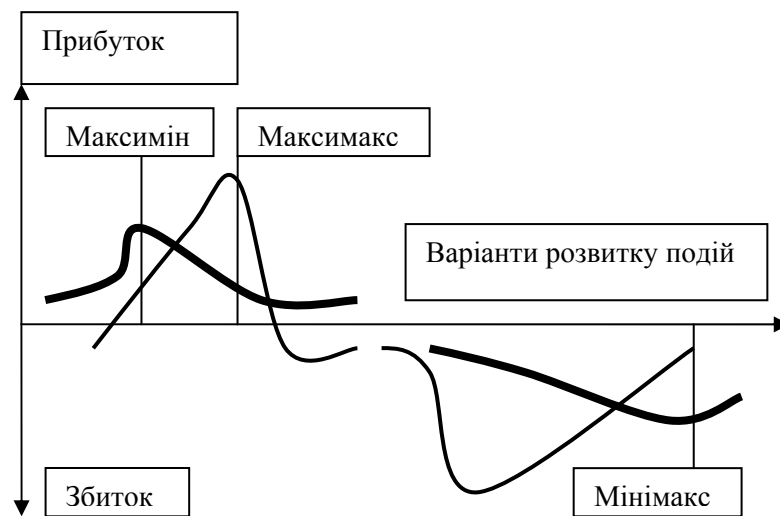


Рисунок 3. Схема застосування критеріїв з теорії ігор при виборі стратегій планування за очікуваними варіантами розвитку подій (вибрані стратегії планування показані жирним)

Вибір показників може здійснюватися на основі, зокрема, критерію *MAXIMAX*, за яким приймається та стратегія планування, що досягає максимальних значень показнику прибутку з усіх розглянутих стратегій. Такий критерій, однак, зовсім не враховує несприятливого впливу зовнішнього середовища на очікувані значення планових показників, що приводить до застосування критерію *MAXIMIN*, за яким приймається стратегія планування, що гарантує максимальний з мінімально можливих вигравів по всіх варіантах розвитку подій, і що мінімізує ризик отримання найбільш поганого результату. За критерієм *MINIMAX* при розгляді стратегій планування витратних показників приймається стратегія, що забезпечує найменші з усіх можливих втрат по варіантах розвитку подій.

Технологія, що заснована на теорії нечітких множин, успішно застосована в ситуаціях, коли відомі тільки межі очікуваних значень планованого показника, але при цьому відсутня кількісна або якісна інформація про ймовірність здійснення різних значень усередині даного інтервалу. У такому випадку ступінь ризику P не одержати заплановане значення показника оцінюється відношенням його віддалення від мінімального (або максимального) значення до величини всього інтервалу, тобто:

$$P = \frac{q_N - q_{\min}}{q_{\max} - q_{\min}}, \quad \text{або} \quad P = \frac{q_{\max} - q_N}{q_{\max} - q_{\min}}, \quad (1)$$

де q_N – фактичне значення показника; q_{\min} , q_{\max} – мінімальне й максимальне значення показника в межах певного інтервалу.

Для оперування з нечіткими інтервалами використовується метод обчислення по α -рівнях, що відображає графік на рис. 4.

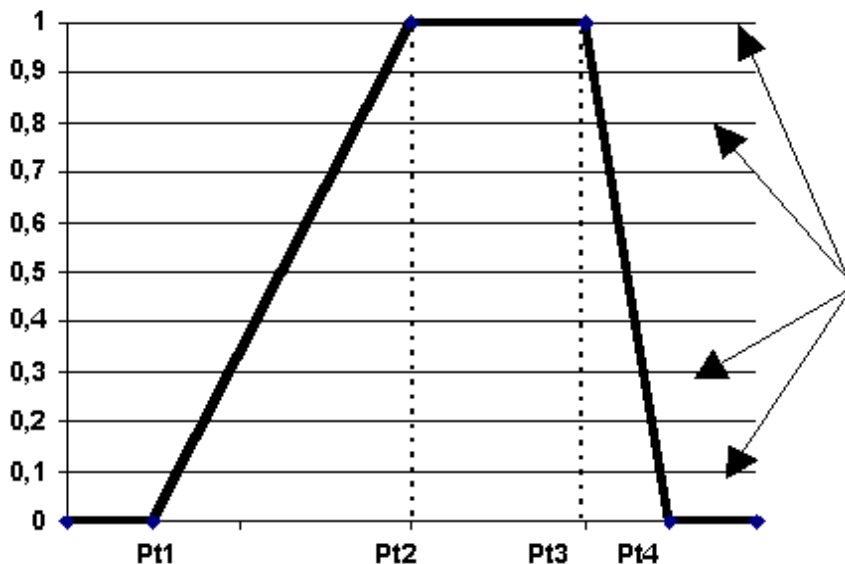


Рисунок 4. Нечітко-інтервальна форма представлення значень вихідних даних щодо змінного показника

На рис. 4 відображено нечітко-інтервальну форму представлення значень вихідних даних у межах від найменшого ($Pt1$) і найбільшого ($Pt4$) значень, зокрема,

інтервал найбільш очікуваних значень $[Pt_2, Pt_3]$ запланованого показника. Це дозволяє представити приналежність конкретного значення показника до конкретного інтервалу з імовірністю такого судження від 0 до 1, як, наприклад це представлено в табл. 2 при встановленні приналежності очікуваних планових значень закупівельних цін до певного інтервалу [7].

Таблиця 2

Оцінка приналежності запланованих закупівельних цін до певного інтервалу

Номер закупівельної партії	Інтервал ціни 16-18			Інтервал ціни 18-20		
	Поточна ціна	Вірогідність α	Середнє значення $(\sum \alpha)/n$	Поточна ціна	Вірогідність α	Середнє значення $(\sum \alpha)/n$
1	16,2	0,2	0,2	–	0	0
2	17,8	0,2	0,2	–	0	0
3	17	1	0,47	–	0	0
4	–	0	0,35	18,3	0,3	0,08
5	16,5	0,5	0,38	0	0	0,06
6	–	0	0,31	18,8	0,8	0,18
7	–	0	0,27	19,3	0,7	0,3
8	–	0	0,24	19,5	0,5	0,3
9	–	0	0,21	18,5	0,5	0,31
10	–	0	0,19	19,2	0,8	0,36

Як свідчать дані табл. 2, закупівельні ціни перших шести партій закупівель відносяться до першого інтервалу, хоча й ціни 4-ї та 6-ї партії виходять за межі 18 грн. Але свідомством того, що ці партії все ж таки відносяться до першого інтервалу є те, що середня зважена вірогідність для першого інтервалу перевищує даний показник для другого інтервалу ($0,31 > 0,18$). Починаючи з 7-ї партії даний показник вже для другого інтервалу вище, ніж для першого ($0,3 > 0,27$). Таким чином, починаючи з 7-ї партії ціни їх закупівлі належать до другого інтервалу.

Новим у розвитку техніки планування має бути врахування й нових загальнонаукових поглядів на невизначеність ринкового середовища, яка взагалі об'єктивно притаманна ринковій економіці, що відзначали ще економісти XIX століття, передрікаючи економіці й бізнесу вічну боротьбу з нею. Однак під невизначеністю ринкового середовища здебільшого розуміли *невідомість* її майбутніх станів, на подолання якої і націлені розглянуті вище методи. Однак протягом останніх 50 років, а особливо сьогодні, під впливом останньої світової фінансово-економічної кризи, приходять інше розуміння невизначеності, не просто як невідомості, а саме як *хаотичності*, про що вперше висловився Пітер Друкер, який визначив в 1985 році подальший розвиток ринку як «епоху без закономірностей».

Але невірно вважати умови невизначеності у сенсі хаотичності такими, що завжди не підлягають оцінюванню. Саме такі прояви зовнішнього середовища, що сприймаються як хаотичні, у більшості виявляють властивість до самоорганізації, яка на разі стала об'єктом дослідження науки синергетики.

Сучасне ринкове середовище складається під впливом дії безлічі неврахованих чинників, що дозволяє розглядати його як відкриту, дисипативну систему, що є об'єктом вивчення синергетикою. Останні дослідження в фізиці, біології, соціа-

льній сфері, а тепер вже й в економіці доводять, що сама нестійкість хаотичної системи стає стимулом перетворень усередині її, асимптотичним чином переводячи її до нового, відносно стійкого стану. Такі асимптотичні стійкі стаціонарні стани, до яких прагнуть будь-які відкриті системи, називають атракторами.

Атрактори, на відміну від традиційних інструментів дослідження суспільних процесів методами математичного аналізу, програмування та ін., відрізняються такою найважливішою властивістю як інваріантністю, тобто незалежністю від попереднього стану розвитку процесу. У формальному вигляді еволюцію такої системи описують, наприклад, за допомогою так званого точкового відображення Пуанкаре, яке має вигляд наступної функції [8]:

$$X_{n+1} = F(X_n), \quad (2)$$

де X_n – координата перетинання фазової траєкторії еволюції системи січною площиною у n -й момент часу; X_{n+1} – координата перетинання фазової траєкторії січною площиною у $(n+1)$ -й момент часу.

У якості виключно успішного прикладу атрактору, використаного для встановлення планового значення показника з хаотичною природою коливання покажемо процес коливання обсягів продажів у супермаркеті по днях тижня, приведені в табл. 3.

Таблиця 3

Дані щодо коливань добової виручки у супермаркеті
(відносно найменшого значення, прийнятого за 1)

День тижня	Дані стосовно коливань добового обсягу продажів			
	1-й тиждень	2-й тиждень	3-й тиждень	І так далі
1. Понеділок	1,035	1,113	1,0	...
2. Вівторок	1,226	1,055	1,129	...
3. Середа	1,091	1,088	1,145	...
4. Четвер	1,162	1,124	1,117	...
5. П'ятниця	1,188	1,29	1,296	...
6. Субота	1,391	1,353	1,277	...
7. Неділя	1,262	1,033	1,06	...

Відповідно до методики точкового відображення отриманого варіативного ряду, приведеного в табл. 3, визначимо в табл. 4 дані для побудови діаграми точкового відображення у відповідності із формулою (2).

Таблиця 4

Вихідні дані для побудови діаграми точкового відображення процесу
хаотичних коливань вихідних даних з обсягів добового продажу

1-й тиждень			2-й тиждень			І так далі		
№ точки	X_n	X_{n+1}	№ точки	X_n	X_{n+1}	№ точки	X_n	X_{n+1}
1-пон.	1,06	1,035	8-пон.	1,262	1,113			
2-вівт.	1,035	1,226	9-вівт.	1,113	1,055			
3-сер.	1,226	1,091	10-сер.	1,055	1,088			
4-четв.	1,091	1,162	11-четв.	1,088	1,124			
5-п'ят.	1,162	1,188	12-п'ят.	1,124	1,29			
6-суб.	1,188	1,391	13-суб.	1,29	1,353			
7-нед.	1,391	1,262	14-нед.	1,353	1,033			

Безліч циклів коливань значень добових обсягів продажів приведено на рис. 5,а, а їх усереднення у вигляді атрактора, тобто стану, до якого прагне процес – на рис. 5,б, дані якого є доволі надійними інструментами встановлення планових значень бюджетів з обсягів продажу і залежних від цього багатьох інших показників.

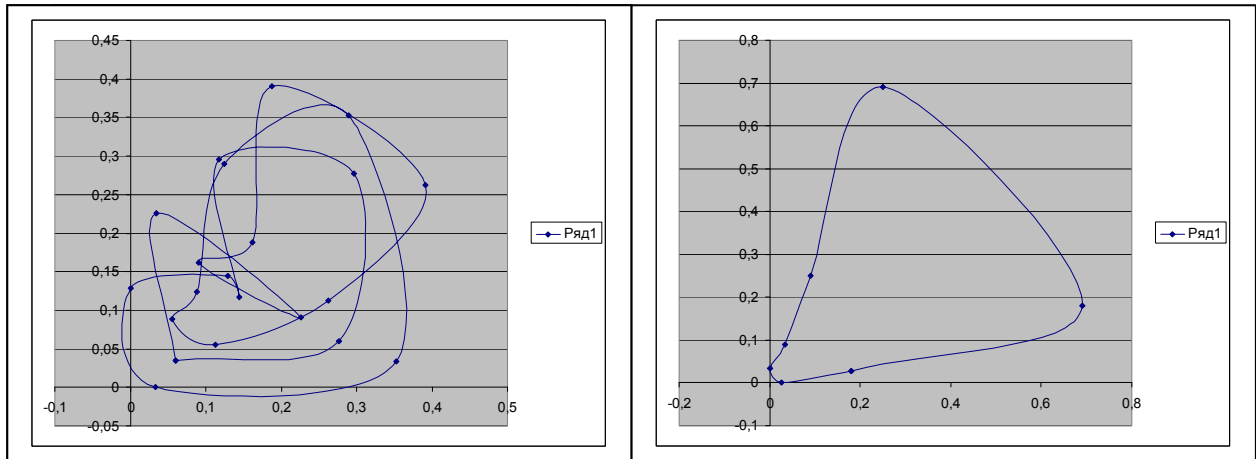


Рисунок 5. Точкове відображення атрактора самоорганізації попиту по днях тижня:

- а) відображення процесу самоорганізації;
- б) атрактор, до якого прагне процес.

Стійкість даного атрактора перевірена протягом двох років, що демонструє графік на рис. 6, на якому показано, що за два роки лише дещо змінилися цінові параметри процесу, тоді як прагнення до набуття стійкого стану хаотично змінюваного параметру зберігається.

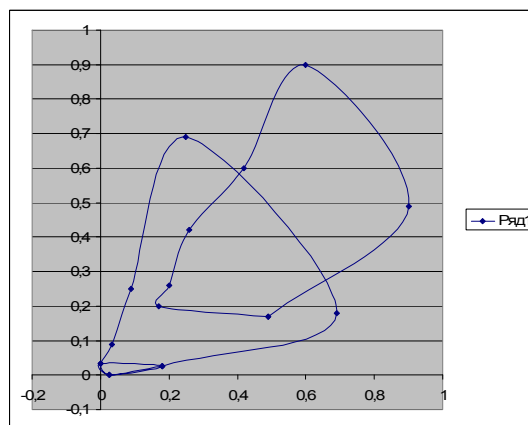


Рисунок 6. Еволюція атрактора змінюваності добового обсягу продажів протягом двох років

Запровадження у практику методів встановлення планових показників бюджетів підприємств при невизначених вхідних розрахункових даних є нагальною вимогою часу, що потребує подальших наукових досліджень і методичного супроводження з урахуванням і, бажано, з параметризацією конкретних умов функ-

ціонування підприємств в сучасному нестійкому й непередбачуваному середовищі.

Література

1. Каплан Р. Сбалансированная система показателей / Р. Каплан, Д. Нортон. — М.: ЗАО «ОЛИМП-БИЗНЕС», 2004. — 412 с.
2. Економічне управління підприємством : навч. посіб / [Н. М. Євдокимова, Л. П. Батенко, В. А. Верба та ін.] ; за заг. ред. Н. М. Євдокимової. — К. ; КНЕУ, 2011. — 327 с.
3. Немировский И. Б. Бюджетирование. От стратегии до бюджета – пошаговое руководство / И. Б. Немировский, И. А. Старожукова. — М. : И. Д. Вильямс, 2006. — 512 с.
4. Колосов А. М. Актуальність вдосконалення планування на підприємствах, що діють у невизначених умовах / А. М. Колосов, О. В. Кобзій. // Менеджмент. Підприємництво. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. Вип. 19. — Ч. 2. — Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2008. — С. 209-218.
5. Алтунин А. Е. Модели и алгоритмы принятия решений в нечетких условиях / А. Е. Алтунин, М. В. Семухин. — Тюмень : Изд-во ТГУ, 2000. — 352 с.
6. Борисов А. Н. Обработка нечеткой информации в системах принятия решений / Борисов А. Н., Алексеев А. В., Меркурьева Г.В. и др. — М. : Радио и связь, 1989. — 304 с.
7. Колосова Е. А. Управление рентабельностью продукции в условиях ценовой неопределенности на рынке / Е. А. Колосова // Управління проектами та розвиток виробництва. Зб. наук. праць Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2011. — № 4 (40). — 168 с. — С. 87-97.
8. Белых В. Н. Элементарное введение в качественную теорию и теорию бифуркаций динамических систем / В. Н. Белых // Соросовский образовательный журнал. — 1997. — № 1. — С. 70-76.

Анотація

Колосов А. М. Планування і бюджетування діяльності підприємства в умовах невизначеного й мінливого середовища. – Стаття.

Розглянуто питання планування та бюджетування на підприємствах в умовах невизначеного й мінливого середовища. Визначено співвідношення споріднених понять планування й бюджетування як єдиного процесу з перевагою бюджетування як системи своєчасного коректування планових показників з урахуванням впливу середовища на діяльність підприємства. Представлено основні методичні підходи до врахування невизначеності майбутнього впливу середовища при встановленні планових показників бюджетів підприємств та приклади їх практичного втілення.

Ключові слова: планування, бюджетування, планові показники, невизначеність, критерії прийняття рішень, метод нечітких множин, синергетика, атрактори.

Аннотация

Колосов А. Н. Планирование и бюджетирование деятельности предприятия в условиях неопределенной и меняющейся среды. – Статья.

Рассмотрены вопросы планирования и бюджетирования на предприятиях в условиях неопределенной и меняющейся среды. Определено соотношение родственных понятий планирования и бюджетирования как единого процесса с преобладанием бюджетирования как системы своевременной корректировки плановых показателей с учетом влияния среды на деятельность предприятия. Представлены

основные методические подходы к учету неопределенности будущего влияния среды при установлении плановых показателей бюджетов предприятий и примеры их практического воплощения.

Ключевые слова: планирование, бюджетирование, плановые показатели, неопределенность, критерии принятия решений, метод нечетких множеств, синергетика, аттракторы.

Annotation

Kolosov A. Planning and budgeting of activities of enterprises in the conditions of uncertain and changing environment. – Article.

The problems of planning and budgeting at the enterprises in an uncertain and changing environment. The correlation of related concepts of planning and budgeting as a single process with a predominance of budgeting as a system of timely adjustment targets, taking into account the effect of environment on the activity of the enterprise. The main methodological approaches to accounting for uncertainty about the future impact of the environment when setting targets enterprise budgets and examples of their practical implementation.

Keywords: planning, budget, planned indicators, uncertainty, criteria adoption of decisions, the method of fuzzy set, synergetics, attractor.

УДК 658

Меркулов М.М.,

доктор економічних наук, доцент,

професор кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ПОБУДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ СФОРМОВАНОЇ СИСТЕМИ ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ

Реалізація стратегії розвитку вимагає безперервного моніторингу оцінки отриманих результатів і ступеня досягнення стратегічних цілей підприємства [1]. Як інструмент моніторингу розвитку може виступати система збалансованих показників [4,6], процедура побудови якої включає три етапи:

- 1) подання причинно-наслідкових зв'язків;
- 2) концентрація на стратегічно важливих взаємозв'язках;
- 3) документування зв'язків і формування «історії стратегії».

Однак включення в систему збалансованих показників якісних параметрів призводить до слабкої структуризації процесу управління, тому для його моделювання можуть застосовуватися суб'єктивні моделі, засновані на експертній інформації, наприклад карта причинно-наслідкових зв'язків між факторами [3].

Відповідальність і довіра – ось ключові слова в лексиконі менеджерів сучасних компаній. Але за що конкретно несуть відповідальність менеджери? Десятиліттями обговорювалася організація відповідальності менеджерів за центрами виникнення витрат і прибутку. Зазвичай результати діяльності, у тому числі і менеджерів, вимірювалися у вартісній формі. Звіти про прибутки і збитки, підготовлювані для окремих підрозділів компанії, мають у своїй основі ту ж структуру, що і звіт про прибутки і збитки компанії в цілому.

Чи достатньо цього? Чи справді місія окремих підрозділів компанії полягає лише в тому, щоб генерувати прибуток і забезпечувати достатню доходність на вкладений капітал? У багатьох випадках відповідь, мабуть, буде негативним. Далекоглядні керівники розуміють, що їхня компанія повинна формувати конкурентні переваги, необхідні для забезпечення майбутнього процвітання. Правда, така стратегія не приносить прибутку негайно, хоча й вимагає значних витрат.

У цьому і полягає основна відповідь на питання, навіщо компанії потрібна система збалансованих показників (СЗП). Необхідність в них тим більше очевидна для тих організацій, для яких прибуток не є головною метою діяльності (наприклад, урядових установ або допоміжних підрозділів промислових компаній).

Щоб відповісти на запитання, які поточні цілі повинна ставити перед собою компанія і наскільки успішно вони реалізуються, необхідно проробити додаткову роботу.

Можливо, раніше ця проблема не стояла так гостро. Показники обсягу продажів і виробництва продукції розглядалися насамперед у короткостроковій перспективі. Плануванням на тривалу перспективу займалися в основному відділи

стратегічного розвитку, зосередивши в своїх руках прийняття рішень про інвестування коштів.

Проте зараз такий підхід застарів. Поняття стратегічного планування значно розширилося і включає планування інвестицій в інтелектуальний капітал компанії, встановлення системних відносин зі споживачами та створення сучасних інформаційних систем. Велика частина цієї роботи здійснюється за межами центральних офісів компаній. Виникла реальна небезпека того, що прагнення до отримання прибутку зараз і негайно завадить компанії прийняти правильні рішення на довгострокову перспективу.

Використання нефінансових показників для опису діяльності компанії не можна назвати чимось абсолютно новим. Можна пригадати безліч нині забутих показників, призначених для характеристики діяльності підприємницьких структур та установ державного сектора.

Відмінність полягає в тому, що СЗП містить систему ретельно відібраних показників (нечисленних, але достатніх для виконання контрольних функцій) і що ця система показників використовується для реалізації та пропаганди узгодженої концепції стратегічного розвитку компанії.

За змістом своєї назви, СЗП являє собою інструмент досягнення оптимальної збалансованості безлічі різних економічних факторів. Досягнення такої збалансованості є стратегічною метою компанії. До складу СЗП повинні бути включені показники, що доповнюють інформацію з фінансових звітів і знижують ризик прийняття рішень, націлених на короткострокові пріоритети.

Одночасно вони допомагають працівникам компанії глибше усвідомити сенс своєї роботи та її зв'язок із загальною стратегією розвитку компанії. У зв'язку з цим деякі дослідники говорять про заміну економічного контролю стратегічним контролем.

Однак правильніше було б говорити про поглиблення поняття економічного контролю, що виходить за межі банального поточного контролю вартісних показників. Якісний економічний контроль передбачає ефективне управління економічними ресурсами компанії. Сучасна компанія – це щось більше, ніж просто сума грошей, інвестована в бізнес. Все більшого значення набуває управління інтелектуальним потенціалом, політикою компанії на ринку і накопиченими знаннями.

Метою статті є визначення основних підходів до побудови методики обґрунтування використання системи збалансованих показників, яка дозволить вибирати критерії оцінки розвитку, а також знизити суб'єктивний підхід і забезпечити їх взаємну ув'язку.

При написанні статті автор використовував роботи наступних вчених: Градова А. [8], Захарченко В. [2, 3], Каплана Р. і Нортон Д. [4], Ольве Н.-Г. [6], Регем Дж. [7] та ін.

Спочатку ССП була представлена Робертом Капланом і Девідом Нортоном в першому номері Harvard Business Review за 1992 рік. СЗП призначалися для узгодження короткострокових цілей діяльності компанії з її місією і стратегією на довгострокову перспективу за допомогою визначення чотирьох основних аспектів діяльності.

Таким чином, зусилля компанії зосереджувалися на досягненні кількох основних цілей в пріоритетних напрямках. Іншими словами, компанія отримувала можливість контролювати вплив поточних операцій на її перспективи. СЗП відображають три моменти у часі: вчора, сьогодні і завтра. Зусилля, що вживаються компанією сьогодні для поліпшення свого фінансового стану завтра, можуть не дати очевидного результату аж до післязавтра. Поле зору менеджерів компанії таким чином значно розширилося, що дозволило збільшити кількість контрольованих показників.

Починаючи з 1992 року інтерес до моделі СЗП значно зріс. Необхідно відзначити, що ця модель зачіпає роботу менеджерів на всіх рівнях організаційної ієрархії. Менеджери середньої ланки особливо сприйнятливі до неї, оскільки їх поточну діяльність легко виразити в термінах СЗП як певний компроміс між різними пріоритетами компанії. Менеджери вищої ланки не відразу сприйняли цю модель, оскільки ідея використання нефінансових показників для поточного контролю, здавалося, суперечила більш типовим для бізнесу поданням про пріоритетність контролю рентабельності та прибутковості. Таким чином, дуже важливо правильно визначити, яких саме результатів чекати від застосування стратегічних карт і які труднощі можуть зустрітися на шляху їх впровадження в ділову практику.

Процес моделювання причинно-наслідкових зв'язків включає:

а) побудова карти причинно-наслідкових зв'язків на основі експертної інформації. Для цього кожному експерту пропонується відповісти на питання які можна в загальному вигляді описати двома шаблонами:

1. Чи існує причинно-наслідковий зв'язок між факторами А і В, якщо «так», то який з факторів А і В є причиною, а який – наслідком?

2. Посилюється або послаблюється концепт – наслідок в результаті посилення (ослаблення) концепту – причини, і в якій мірі це посилення (ослаблення) проявляється?

б) перевірка гіпотез про структуру досліджуваної системи при заданих обмеженнях;

в) інтерпретація отриманих результатів.

Для визначення сили впливу факторів може застосовуватися наступна шкала (табл.1).

Таблиця 1

Шкала для визначення сили впливу факторів

Оцінка, бал	Сила впливу
0,0	Вплив відсутній
0,1	Мінімальний вплив
0,3	Слабе
0,5	Среднє
0,7	Вищесередньої
0,9	Сильне
1,0	Максимальне

На основі виявлених зв'язків можна сформуванати «історію стратегії», а виділені фактори виступають основою для формування системи збалансованих показників підприємства (рис. 1).

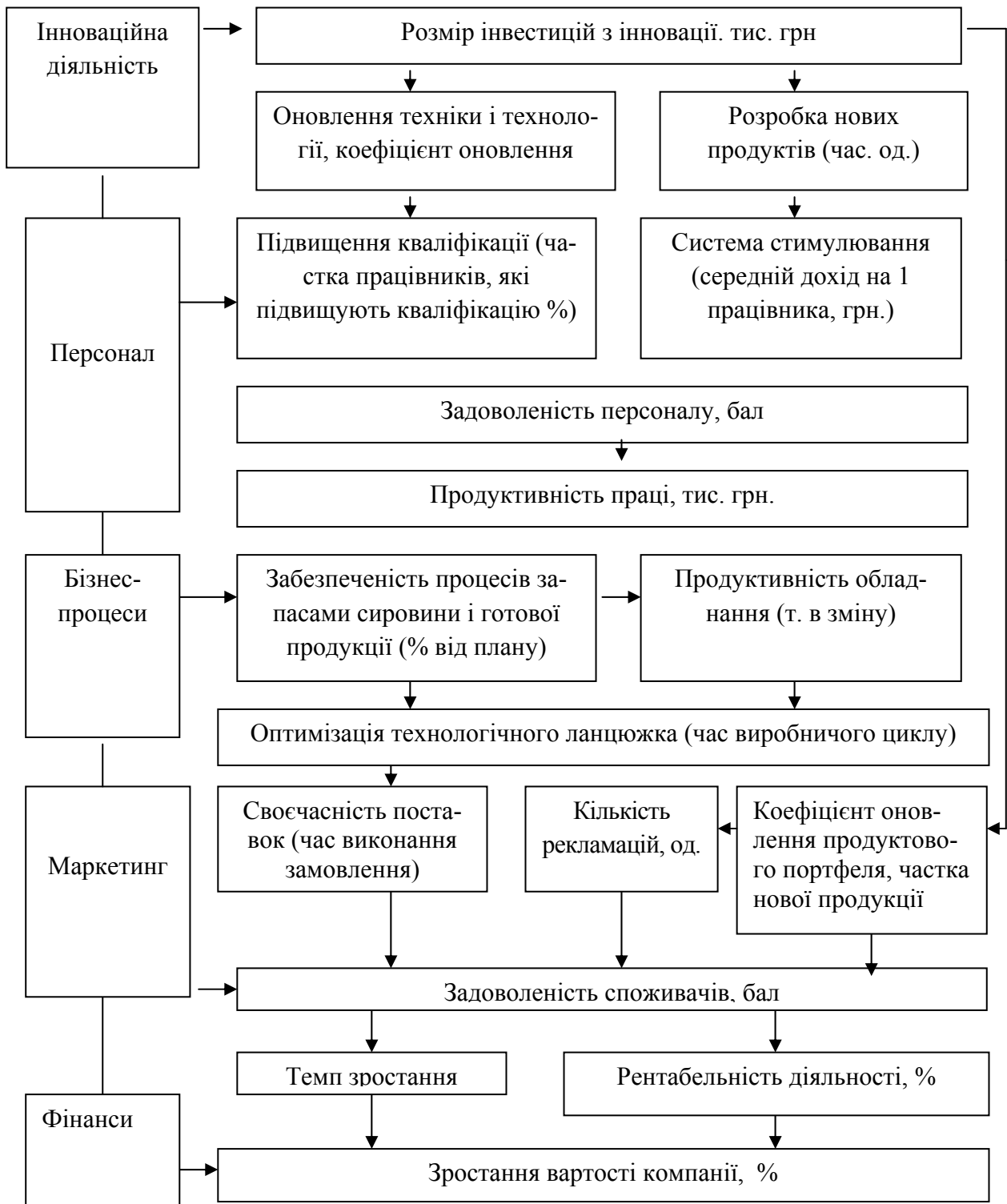


Рисунок 1. Структура системи збалансованих показників

За допомогою розрахунків виявляються фактори, що мають найбільше значення тобто визначають рівень розвитку і стану системи, а також фактори впливу системи на окремі аспекти виробничої діяльності. Змінюючи силу впливу першої

групи факторів, керівництво організації може змінити результати виробничої системи, які відображені у другій групі.

За запропонованим методичним підходам автором був проведений моніторинг розвитку ПАТ «Одеський завод радикально – свердлильних верстатів» за 2014 р. (табл. 2).

Таблиця 2
Система збалансованих показників ПАТ «ОЗРСВ» за 2014 р.

Розділи системи	Показники	План	Факт	Відхилення, (+,-)	Прогноз на 2015г.
Інновації	Фінансування створення нової техніки, тис. грн	220	88	-132	140
Персонал	Частка ратників , які підвищили кваліфікацію, % від загального числа	45	6	-39	53
	Продуктивність праці 1 працівника, тис. грн	12	5,3	-6,7	14,5
	Середній дохід на 1 працівника, тис. грн на місяць	18	12,7	-5,3	24,5
	Коефіцієнт плинності кадрів	0,8	0,95	+0,15	0,7
Бізнес – процеси	Час продуктивного циклу , днів	45	41	-4	45
	Продуктивність обладнання (коефіцієнт змінності)	1,1	1,1	0,0	1,1
	Забезпеченість процесів запасами матеріалів , % від плану	1,0	0,65	-0,35	1,0
Маркетинг	Частка нової продукції, %	25,0	0,5	-20,0	35,0
	Кількість рекламаций, од.	0	0	0	0
	Своєчасність поставок, днів	9	12	+3	9
Фінанси	Темп зростання продажів,%	120	87	-33	150
	Частка нової продукції в обсязі продажів, %	35	10	-25	35
	Рентабельність продажів, %	18,0	5,0	-13,0	15,0

Дані табл. 2 свідчать про те, що підприємство має невисокі показники інвестування інноваційного процесу, мало уваги приділяється підвищенню кваліфікації працівників, що обумовлює достатню ефективність бізнес-процесів, задоволеність працівників, споживачів, фінансових результатів.

За результатами оцінки керівникам підприємства рекомендується забезпечити взаємодію зі службою закупівель для вирішення питань зниження витрат на сировину; начальникам цехів – створити умови для зростання продуктивності праці і підвищення фондівіддачі, в тому числі 100 % завантаження виробничих потужностей, автоматизації процесів виробництва.

Дотримання цільових орієнтирів на 2015 р. дозволить ПАТ «ОЗРСВ» збільшити обсяг продажів, виручки, чистого прибутку.

Ми вже підкресливали важливість встановлення як короткострокових, так і довгострокових прогнозних значень по кожному показнику. Плани заходів, що розробляються в ході впровадження СЗП, включають прізвища осіб, відповідальних за моніторинг кожного показника, періодичність його розрахунку і відповідні цим показником цілі.

Як правило, СЗП включають різноманітні показники з різними темпами зміни; тому не завжди доцільно встановлювати однакову для всіх періодичність розрахунку. Наприклад, оцінка ставлення працівників або споживачів до компанії, як правило, – досить дорогий і складний захід; хіба що чисельність респондентів досить велика, щоб постійно формувати новий склад вибірки для проведення опитувань.

Крім того, часте фіксування швидко змінюваних думок респондентів має сенс лише в тих випадках, коли мова йде про їх ставлення до будь-яких конкретних подій. Щоб переконатися в цьому, досить проаналізувати результати опитувань населення про голосування на майбутніх виборах. Звичайно, існує ризик того, що відповідальні за проведення таких опитувань менеджери спробують вплинути на їх результати в бажану для себе сторону.

Однак такий же ризик існує і для фінансових показників в міру наближення термінів складання фінансової звітності. Ми переконані, що використання СЗП значно знижує цей ризик. Треба сподіватися, що кожен менеджер зацікавлений в отриманні об'єктивної картини стану компанії для її відкритого обговорення і визначення подальших дій. Більш широкий огляд стану справ, представлений СЗП, утруднить маніпулювання показниками в будь-яких інтересах.

В цілому для підприємства система збалансованих показників може бути доповнена показниками: рівень оновлення техніки, частка ринку, ринкова вартість акцій, задоволеність покупців кінцевої продукції, ефективність реклами, кількість втрачених клієнтів та ін., але бажано, щоб їх загальна кількість не перевищувала двадцяти. В іншому випадку система збалансованих показників буде перевантажена інформацією.

Таким чином, методика побудови системи збалансованих показників дозволить вибрати критерії оцінки кожної мети, що знизить суб'єктивний підхід і забезпечить їх взаємну ув'язку, дозволить провести моніторинг розвитку підприємства. Всі ці фактори можуть діяти лише в рамках динамічної компанії з високим ступенем самостійності окремих працівників у прийнятті рішень. У такій ситуації традиційний фінансовий контроль не дає результату, і не тільки тому, що створювана в його системі інформація часто виявляється застарілою і надто неточною, щоб служити обґрунтуванням прийнятих рішень; крім цього менеджери, які приймають рішення, вимагають інших завдань і стимулів діяльності, ніж вартісні показники прибутку або прибутковості капіталу, розраховані за даними фінансової звітності. Для втілення в життя комплексної місії або концепції бізнесу необхідні інші орієнтири. Усі підрозділи компанії повинні розуміти спільну стратегію дій, знати правила гри і діяти узгоджено. Така узгодженість можлива лише на основі встановлення загальноновизнаних пріоритетів.

Література

1. Програма розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні : Постанова КМ України № 389 від 02.02.2011 р. // Урядовій кур'єр. – 2011. – № 80.
2. Захарченко В.И. Организационные изменения в украинском бизнесе и новая экономика / В.И. Захарченко // Ринкова економіка: сучасна теорія та практика управління, 2009. – Вип. 28. – С. 6-16.
3. Захарченко В. Обоснование системы оценочных показателей производственной деятельности / В. Захарченко, И. Садовская // Модели управления в рыночной экономике. – Донецк, 2005. – Т.1. – С.132 – 139.
4. Каплан Р. Сбалансированная система : [пер.с англ.] / Р. Каплан, Д. Нортон. – М. : Олимп-Бизнес, 2004. – 280 с.
5. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки // Інвестгазета, 2006. – № 14. – с. 4 – 29.
6. Ольве Н.-Г. Оценка Эффективности деятельности компании. Практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей система : [пер.с англ.] / Н.-Г. Ольве, Ж. Рой, М. Веттер. – М. : Вильямс, 2004. – 304 с .
7. Речмен Дж. М. Современный бизнес ; в 2 т : [пер.с англ.] / Дж.М. Речмен. – М. : Республика, 1995. — Т.1. – 475 с.; т.2. – 479 с.
8. Экономическая стратегия фирмы : уч.пособие / А.П. Градова. – 4-е изд. – СПб. : Спецлит., 2003. – 959 с.

Анотація

Меркулов М.М. Побудова стратегії розвитку підприємства на основі сформованої системи збалансованих показників. – Стаття.

У даній статті реалізація стратегії розвитку підприємства представлена як процес безперервного моніторингу оцінки отриманих результатів. На основі експертної інформації формується система збалансованих показників підприємства. Представлено методику побудови системи збалансованих показників, яка дозволить вибрати критерії оцінки кожної цілі, що знизить суб'єктивний підхід і забезпечить їх взаємну ув'язку, дозволить провести моніторинг розвитку підприємства.

Ключові слова: стратегія, система збалансованих показників, модель, інвестиції, інновації, моніторинг.

Аннотация

Меркулов М. М. Построение стратегии развития предприятия на основе сформированной системы сбалансированных показателей. – Статья.

В данной статье реализация стратегии развития предприятия представлена как процесс непрерывного мониторинга оценки полученных результатов. На основе экспертной информации формируется система сбалансированных показателей предприятия. Представлена методика построения системы сбалансированных показателей, которая позволит выбрать критерии оценки каждой цели, что снизит субъективный подход и обеспечит их взаимную увязку, позволит провести мониторинг развития предприятия.

Ключевые слова: стратегия, система сбалансированных показателей, модель, инвестиции, инновации, мониторинг.

Annotation

Merkulov M. Construction of strategy of development of enterprise on the basis of the formed system of the balanced indexes. – Article.

In this article realization of a development strategy requires ceaseless monitoring of the achieved results assessment. The enterprise balanced indicators system is formed on basis of expert information. Methodology of construction of the system of the balanced indexes, that will allow to choose the criteria of estimation of every aim, is presented, that will bring down subjective approach and will provide their mutual tying up, monitoring of development of enterprise will allow to conduct.

Keywords: strategy, balanced scorecard, model, investment, innovation, monitoring.

УДК 332.1.001.76

Дубницький В.І.,

доктор економічних наук, професор,

академік АЕН України,

професор кафедри економічної кібернетики

Українського державного хіміко-технологічного університету

Іванов С.В.,

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедрою фінансів та маркетингу

Придніпровської державної академії будівництва та архітектури

Ганжела І.П.,

викладач, аспірант кафедри економічної кібернетики

Українського державного хіміко-технологічного університету

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ В КОНТЕКСТІ ФІНАНСОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Розвиток глобальної економіки відбувається під впливом науково-технічного і технологічного прогресу, що характеризується посиленням інноваційної активності. Суть інновацій, інноваційного процесу розкрита багатьма авторами, серед них: В.І. Захарченко, М.М. Меркулов, Є.А. Бельтюков, В.І. Ляшенко, Л.І. Федулова, С.К. Харичков, Е.М. Забарна, Т.Г. Логутова, Є.В. Крикавський, С.М. Ілляшенко та др. Відзначимо тут, що інноваційна діяльність більш ризиківана, вимагає додаткових знань і фінансових витрат, що обумовлює необхідність підтримки державою цього напрямку. Відзначимо тут, що інноваційна діяльність більш ризиківана, вимагає додаткових знань і фінансових витрат, що обумовлює необхідність підтримки державою цього напрямку.

Проголосивши перехід на інноваційну модель економічного розвитку, ми мало, очевидно, забезпечити пріоритетну фінансову підтримку, головного джерела економічного зростання – науки та інновацій. В ряді досліджень вказано, що інноваційність нашої економіки не перевищує за оцінками В.М. Геєця та В.А. Семіноженко 10-12%. При тому інноваційний процес є дуже складним (особливо в умовах старопромислових регіонів) комплексом суспільно-виробничих відносин – «накопичення знань і наука – трансфер знань в інтелектуальному продукті – виробництво – маркетинг – ринок споживання інновацій (при достатньому фінансуванні)».

В теперішній час актуальним є забезпечення інноваційного на ринкових принципах, розвитку основної складової господарського комплексу України – її регіонів. Дуже важливою задачею – є забезпечення інноваційного розвитку регіону через формування ефективної фінансової інфраструктури.

Вітчизняні вчені серед яких Б.Є. Кваснюк, С.І. Киреєв, М.Я. Меламед зазначають в дослідженні, що ХХІ сторіччі відбувається всезагальне перетворення інновацій на основне джерело економічного зростання та конкурентоспроможності як підприємств, регіонів так і національної економіки в цілому. В колективній монографії «Ринкові трансформації в перехідній економіці», автори О.М. Алимов, Н.П. Гончарова, М.К. Міхно та інші, детально досліджується цілі та об'єкти структурних перетворень на рівні промисловості України. Також важливим дослідженням є монографії ІЕП НАН України, під керівництвом академіка А.І. Амоши «Концептуальні засади науково-технічного розвитку регіону»; за ред. І.П. Булеєва, В.І. Дубницького «Україна та її регіону на шляху до інноваційного розвитку» в 4-х томах.

На жаль, у сучасній українській економічній літературі ще й досі не зайшли остаточного вирішення питання щодо ролі виробничої, технологічної та фінансової інфраструктури регіону в інвестиційному забезпеченні промисловості регіонального господарського комплексу. Серед останніх праць з даними питаннями є монографія Т.Г. Логутової, О.М. Анісімової та їх колег [1]. Також не розглянуті ряд важливих питань інноваційного розвитку в контексті фінансової інфраструктури та шляхів та методів впровадження дієвих механізмів забезпечення інноваційного типу економічного зростання.

На погляд авторів даної роботи, головною перевагою інновацій на рівнях регіону, галузі, підприємств є те, що навіть країна, яка не має у достатній кількості матеріальних і фінансових ресурсів, може досягти високих темпів зростання й здійснити технологічний прорив за рахунок використання інтелектуального потенціалу нації.

Метою статті є вивчення особливості забезпечення регіонального розвитку в контексті фінансової інфраструктури та оцінити вплив виробничих та фінансових інфраструктур на розвиток промислових регіонів.

Важливою складовою підвищення конкурентоспроможності підприємства є ефективна інноваційна інфраструктура, структура об'єднує дослідження, розробки та і на основі підприємницької діяльності забезпечує реалізацію високих технологій, виробництво конкурентоспроможної продукції, відпрацювання найефективніших організаційних механізмів економічного розвитку.

Матеріальною базою інноваційної структури є територія з розвиненою господарською, виробничою і соціальною інфраструктурою, об'єкти якої орієнтовані на масове впровадження нових технологій, машин, матеріалів. Для забезпечення інноваційної інфраструктури урядом були прийняті відповідні закони. Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» інноваційна інфраструктура – це сукупність підприємств, організацій, установ, їхніх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, які надають послуги із забезпечення інноваційної діяльності (фінансові, консалтингові, маркетингові, інформаційно-комунікативні, юридичні, освітні й ін.). У широкому плані інноваційну інфраструктуру можна розглядати як сукупність багатьох видів інноваційних структур, яка має сітьовий характер. Важко виділити інноваційну структуру, яка б не надавала певні послуги інноваційного характеру для своїх співробітників або користувачів за її межами.

Організаційно-інноваційні структури можуть мати такі складові: науково-дослідні, проектно-конструкторські, дослідно-експериментальні організації, які працюють за профілем базової діяльності інноваційних структур; виробничі підприємства, які реалізують результати науково-дослідних розробок і винаходів; служби менеджменту, маркетингу, реклами; інноваційні фонди, банки, страхові фірми, біржі науково-технічних розробок; установи науково-технічної експертизи, юридичного захисту інтелектуальної власності; заклади освіти і підготовки кадрів, які спеціалізуються на підготовці кадрів і підвищенні кваліфікації спеціалістів з базових спеціальностей інноваційних структур; редакційно-видавничі організації; інформаційно-комунікаційні підрозділи; організації сервісного обслуговування, лізингові, транспортні фірми, митні підрозділи [1].

Інноваційна інфраструктура забезпечує організаційну, правову та економічну підтримку інноваційної діяльності на різних рівнях і в різних формах. Згідно зі світовим досвідом її прийнято розподіляти на наступні групи: інкубатори (інноваційні, технологічні, інноваційного бізнесу), технопарки (технологічні парки, агропарки, інноваційні парки), технополіси (зони інтенсивного науково-технічного розвитку), регіони науки (інноваційні центри – технологічні, регіональні, галузеві). Особливість формування інноваційної інфраструктури полягає в тому, що інновації дуже часто несумісні з виробничим процесом. Це означає, що для створення радикальної інновації необхідне освоєння вільних ресурсів, площ, кадрів. Впровадження інновації передбачає кардинальні зміни у виробництві, що діє: заміни устаткування, матеріалів, вивільнення персоналу. В даний час більшість підприємств упроваджують невеликі інновації, які принципово, нічого не змінюють в технологічному процесі.

Аналіз особливостей і відмінностей регіональних утворень, узагальнення існуючих в сучасних теоріях визначень регіону як багатофункціональної і багатоаспектної системи дозволяє виявити інфраструктурні пріоритети, найбільш дієві щодо підвищення ефективності регіональної економіки. Узагальнюючи існуючі в економічній думці трактування поняття «інфраструктура», були зроблені наступні висновки: по-перше, в якості ознак інфраструктури виділяються створення загальних умов для виробництва і забезпечення продовження процесу виробництва і обігу; по-друге, необхідно відрізнити поняття інфраструктури як сукупності галузей, які обслуговують основне виробництво, від поняття економічного потенціалу або матеріально-технічної бази інфраструктури, як сукупності матеріальних об'єктів, що входять у ці галузі; по-третє, необхідно розрізнити поняття «інфраструктура» і «сфера послуг». Перше поняття охоплює галузі, котрі створюють умови, необхідні для просування продукції від виробництва до кінцевого споживання, а друге поняття – галузі, які забезпечують обслуговування виробництва і населення.

Порівняльна характеристика наукових підходів [2, 3, 4] до розуміння ринкової інфраструктури, дала підставу наступним чином визначити ринкову інфраструктуру – це сукупність особливих інституцій, які виконують функції надання спеціалізованих послуг господарюючим суб'єктам з метою створення для них нормальних умов для функціонування, найкращої реалізації їх інтересів і наступної інтеграції у єдину економічну макросистему. Основною макроекономічною функцією ринкової інфраструктури є підвищення ефективності капіталу, і, відповідно,

ринкової економіки в цілому. Ринкова інфраструктура регіону являє собою сукупність об'єктів і інституціональних структур, які забезпечують формування матеріальних, фінансових і інформаційних зв'язків між суб'єктами ринку, що функціонують у соціально-економічному середовищі регіону.

Ринкова інфраструктура одна з підсистем регіональної економіки і покликана забезпечити необхідні умови формування розвинених ринкових відносин [5]. Всі складові цієї підсистеми пов'язані між собою, із усіма суб'єктами регіону і з зовнішнім економічним простором. Звідси необхідність розглядати ринкову інфраструктуру регіону як єдину систему, яка припускає гармонійний розвиток усіх її елементів.

За функціональною ознакою у складі ринкової інфраструктури виділені: виробнича, торгово-посередницька, фінансово-кредитна, економіко-інформаційна, економіко-правова та зовнішньоекономічна інфраструктури.

У роботі Д.А. Шмигала відмічено дві найважливіші особливості інфраструктури. Перша-інфраструктура, як правило, призначена для забезпечення виконання функцій в декількох галузях, тобто вона носить міжгалузевий характер і виконує інтеграційну функцію між галузями виробництва, між регіонами та державами. Друга особливість інфраструктури не створює матеріальних благ, вона виконує забезпечуючу функцію. У зв'язку з цим потрібні спеціальні, переважно не ринкові механізми її розвитку, пайова участь в цьому процесі різних зацікавлених галузей, державних і регіональних органів. Формування і залучення адекватних особливостей регіону, ланок ринкової інфраструктури є найбільш дієвим фактором підвищення ефективності регіональної політики і вдалого реформування економіки регіону [3].

Проведений аналіз світового та вітчизняного досвіду [1, 3, 4, 5] дослідження інфраструктури дозволяють стверджувати, що інфраструктурний комплекс національної економіки безумовно містить такий блок, як виробнича інфраструктура. Виділення функціональних підсистем ринкової інфраструктури та визначення місця і функцій в ній виробничої інфраструктури стає методологічним підходом до розвитку останньої в сукупності економічних та організаційних факторів розвитку виробництва у регіоні.

Виробнича інфраструктура – це сукупність галузей і підгалузей, до основних функцій яких належать виробничі послуги і забезпечення економічного обігу в національній економіці, і які створюють загальні умови для розміщення і ефективного функціонування виробничої сфери. Загальні умови сучасного виробництва поєднують: всі види транспорту, засоби зв'язку, матеріально-технічне забезпечення та систему просування товарів, об'єкти електроенергетики, інформаційні технології.

З врахуванням приведеного сформульовано наступні функції виробничої інфраструктури: забезпечення просування матеріальних засобів (природних ресурсів; енергії; готових товарів); забезпечення просування робочої сили (трудових ресурсів); забезпечення просування виробничих фінансів; забезпечення просування виробничої інформації.

Авторами виділено чотири групи галузей і виробництв, які забезпечують і формують виробничу інфраструктуру регіону. До числа першої слід віднести га-

лузі інформатизації, оскільки сучасна економіка є економікою високих технологій та жорсткої конкуренції, актуальна інформація дозволяє швидко приймати правильні рішення. Друга група охоплює галузі, що забезпечують надходження висококваліфікованих кадрів, оскільки неможливо ефективно використовувати цінну інформацію без відповідних спеціальних знань та досвіду. Третю групу становлять інфраструктурні ланки, що прискорюють обіг матеріальних і фінансових ресурсів, дана група забезпечує організацію та розвиток процесів виробництва і функціонує в якості виробничої інфраструктури в тій мірі, в якій її учасники виконують цю функцію. Елементи трьох вищенаведених груп виконують підготовчу, забезпечуючу та обслуговуючу функції виробничої інфраструктури. Четверту групу формують інфраструктурні ланки, які виконують, власне, регулюючу функцію інфраструктури: інститути з розробки і впровадження стандартів, інститути, що формують закони і норми бізнесу.

В сучасних умовах інтеграції та глобалізації економічних процесів, виробнича інфраструктура повинна зайняти належне місце серед факторів підвищення конкурентоспроможності регіону, оскільки вона забезпечує можливість розвитку конкурентоздатних виробництв в конкретному регіоні [3].

Проаналізуємо формування інноваційної інфраструктури в Україні. Розвиток інноваційних структур в Україні не пішов далі технопарків, відсутні наступні рівні – технополіси й регіони науки. З чотирьох складових частин інноваційної інфраструктури у наявності лише половина: бізнес-інкубатори та технопарки.

Інкубаторний рух в Україні зобов'язаний своїм становленням «місіонерській» діяльності міжнародних організацій, фондів. Так, в Івано-Франківську у 1996 р. був створений Українсько-канадський бізнес-центр, що виконує основні функції бізнес-інкубатора. Наприкінці 1997 р. почала свою роботу американо-українська програма розвитку бізнес-інкубаторів в Україні, що фінансується урядом США через Агентство міжнародного розвитку. Створення бізнес-інкубаторів не потребує великих капіталовкладень, спеціального законодавчого рішення. Інноваційні бізнес-інкубатори діють при Державному університеті «Львівська політехніка», Харківському політехнічному державному університеті тощо. Найбільш успішним є Білоцерківський бізнес-інкубатор, до якого входять Центр підтримки підприємців, консалтингове агентство, навчальний центр менеджменту, рекламне агентство, кредитний союз, громадська приймальня, центр соціально-психологічної й медичної реабілітації, об'єднана профспілка працівників малого і середнього бізнесу. Згідно даним Міністерства економіки України зареєстровано 78 бізнес-інкубаторів, а реально існують і діють тільки 7. На думку фахівців [1, 2, 7] бізнес-інкубація не набула широкого розвитку в Україні й не стала фундаментом для генерування кластерів малих інноваційних фірм. Бізнес-інкубатори не мають пільг, тому вони цікаві лише як засіб залучення грантів. Українські бізнес-інкубатори здебільшого існують за рахунок фінансування міжнародних донорських організацій, приміщення їм надають служби працевлаштування населення при держадміністраціях міст і районів.

Джерелами їхнього фінансування найчастіше є кошти міжнародних фондів та грантових програм і лише невеликою мірою кошти місцевих адміністрацій та спонсорів. Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено Україн-

ську асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів. Вона зареєстрована Міністерством юстиції України 15 жовтня 1998 р. як міжнародна благодійна організація, її місією є сприяння практичній реалізації загальнодержавних, регіональних, місцевих і міжнародних програм, спрямованих на розвиток підприємництва шляхом створення і підтримки діяльності бізнес-інкубаторів, технопарків, центрів підтримки підприємництва й інших інноваційних структур, а також осіб, що займаються наданням послуг у сфері підприємництва.

Діяльність технопарків починається з 1 лютого 2006 р., коли було введено в дію Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про спеціальний режим інноваційної діяльності технологічних парків» та інших законів України» від 12 січня 2006 р. за № 3333-ІУ. Законом запроваджується надання субсидій на виконання інноваційних проектів технопарків і по суті поновлюються дії стимулюючих ст. 21, 22 і пункту 3 розділу VII «Заключні положення» Закону України «Про інноваційну діяльність», які призупинені урядом і Верховною Радою у 2003, 2004 та 2005 рр., щодо введення обмежень дії спеціального, режиму інноваційної та інвестиційної діяльності технопарків. Прийнятий закон має важливе значення для інноваційного розвитку України, національної безпеки та створення конкурентоспроможної продукції. Але існуючі інноваційні структури підпорядковані інтересам великого бізнесу. Технопарки привабливі для великого бізнесу дією спеціального режиму відносно пільгового оподаткування, можливістю безмитного ввезення з-за кордону устаткування й матеріалів, можливістю залучати авторів за широким колом технічних проблем і одержувати їхні ідеї на вигідних умовах. Однак надання переваг для технопарків суперечить вимогам міжнародних організацій при вступі України до СОТ (скасування пільг при ввезенні товарів на територію країни), та побічно сприяють одержанню конкурентних переваг групи великих підприємців. Тому була так ускладнена процедура створення нового технопарку (прийняття спеціального закону), що суперечить світовій практиці. В Україні формально існують 16 технопарків, а реально діє тільки 4, якими і реалізовано приблизно 64 інноваційних проекти. Передбачений випуск інноваційної продукції на суму понад 5,5 млрд. грн. Тільки за два роки діяльності технопарками реалізовано інноваційній продукції на суму понад 292,8 млн. грн., зокрема експортовано продукції на суму 102,9 млн. грн. Це «Напівпровідникові технології і матеріали, оптоелектроніка і сенсорна техніка» і Інститут електрозварювання ім. Е.О. Патона (Київ), Інститут монокристалів (Харків) і «Углемаш» (Донецьк) [8], інші перебувають у зародковому стані або не мають позитивної динаміки (табл. 1).

Українські технопарки з моменту свого виникнення були змушені не тільки виконувати завдання організації власного виробництва, але й забезпечувати реалізацію функцій всіх нерозвинених в Україні елементів інноваційної системи (венчурних фондів, бізнес-інкубаторів, інкубаторів технологій і промислових підприємств). Значна частина об'єктів інноваційної інфраструктури існує формально, не виконуючи повністю своєї функції щодо сприяння розвитку інноваційного підприємництва в Україні. Інноваційні структури зайняті розробкою товару, а не створенням нових організацій. Ні бізнес-інкубатори, ні технопарки не стали каталізаторами для зміцнення позицій малого бізнесу, зміни його якісних характеристик.

Результати діяльності технопарків в Україні

№ п/п	Показник	Інститут електрозварювання	Інститут монокристалів	Напівпровідникові технології і матеріали	Інші технопарки	Усього
1.	Реалізація інноваційної продукції, млн. грн.	2198	1426	218	24	3866
2.	У т.ч. на зовнішньому ринку, млн. грн.	334	216	43	0	593
3.	Нараховано податків та мита, млн. грн..	323	272	37	6	638
4.	У т.ч. перераховано, млн. грн..					
	в бюджет	181	65	4	1	251
	на спец. рахунки	142	207	32	5	386
5.	Створено нових роб. місць, од.	1018	866	390	101	2375

Таким чином, спроби створення інноваційних структур на основі невеликого запозичення зарубіжного досвіду не привели до зміни становища в інноваційній сфері, не стали поштовхом, умовою для зміни соціальних відносин у суспільстві (зміцнення позицій незалежних авторів, розвитку малого бізнесу) [8].

Аналіз особливостей інноваційного розвитку промислових регіонів України, в умовах економічної і фінансової кризи. Дозволяє зробити такі основні висновки:

1. Для успішної реалізації програми інноваційних перетворень необхідні наступні умови:

- 1) інноваційно-фінансове забезпечення;
- 2) формування й функціонування інструментарію інноваційно-маркетингового потенціалу суб'єктів господарювання промислового комплексу регіону;
- 3) наявність доступних та ефективних інноваційних продуктів;
- 4) існування інфраструктури, сприяючого процесу інноваційних перетворень

5) наявність механізму мотивації персоналу до впровадження інноваційних та організаційних нововведень у виробництво;

6) потреба власників бізнесу в масштабному реформуванні підприємств (можливо, в рамках реалізації концепції державно-приватного партнерства – існування інфраструктури, сприяючого процесу інноваційних перетворень);

2. Сучасний шлях розвитку країн з різними економічним базовим рівнем, історичним фундаментом і менталітетом неможливий без інноваційної складової для підприємств з інноваційно-маркетингової (ринкової) орієнтації.

3. Застарілі технології і устаткування, висока ресурсо- і енергоємність промислового виробництва, концентрація промисловості, що історично склалася на

південному сході України (у Донецькій, Дніпропетровській, Запорізькій, Луганській областях) – є серйозним комплексом проблем для національних і регіональних еліт. Неможливо впродовж тривалого часу наявність несприятливого техногенного та екологічного середовища пояснювати тривалою світовою фінансовою кризою. Така позиція, врешті-решт, загрожує соціальним вибухом і економічним крахом.

4. Акумуляція і реінвестування цих фінансових коштів дозволить ввести в дію механізм інноваційного перетворення підприємств – суб'єктів господарського комплексу регіону, використовуючи для фінансування масштабних дорожчих проектів.

Література

1. Логутова Т.Г. Механізм інноваційного розвитку регіону на основі використання внутрішніх ресурсів: [монографія] / Т.Г. Логутова, О.М. Анісімова, І.А. Ленцов, О.С. Картечева. – Маріуполь : ДВНЗ «ПДТУ», 2013. – 303 с.
2. Павлюк А.П. Структурно-динамічні процеси у регіонах України в умовах фінансово-економічної кризи / А.П. Павлюк, В.В. Пилипов, А.О. Коваленко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 4 (60). – С. 176-188
3. Шмигаль Д.А. Розвиток виробничої інфраструктури регіону в умовах ринкової економіки: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.10.01 / Д.А. Шмигаль; Ін-т регіон. дослід. НАН України. – Львів, 2003. – 20 с.
4. Ковтун О.І. Конкурентоспроможність підприємства: стратегічний контекст: [монографія] / О.І. Ковтун. – Львів: Вид-во Львів. комер. академії, 2009. – 276 с.
5. Логутова Т.Г. Механізм взаємодії фінансово-кредитної системи з підприємствами / Т.Г. Логутова, Д.О. Десвянніков // Вісник ПДТУ: зб. наук. праць, серія: Економічні науки. – Маріуполь. – 2011. – Вип. 21. С. 98-104.
6. Великий Ю.В. Фінансове забезпечення малого інноваційного підприємства в машинобудівному комплексі України / Ю.В. Великий // Схід. – 2011. – №3 (110) – С.10-13
7. Калмикова М. Вплив заощаджень та інвестицій на економічний розвиток України / М. Калмикова. [Електроний ресурс] – Режим доступу: <http://www.nbu.v.dov.ua>
8. Анісімова О.М. Особливості формування інноваційної інфраструктури / О.М. Анісімова, О.І. Дідченко // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій : регіональний аспект : Зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУ, 2008. – С. 655-662

Анотація

Дубницький В.І., Іванов С.В., Ганжела І.П. Особливості забезпечення інноваційного регіонального розвитку в контексті фінансової інфраструктури: теоретичні аспекти. – Стаття.

В роботі розглянуті теоретичні аспекти важливої складової механізму забезпечення економічного розвитку регіону. Виявлено рівень впливу фінансової та виробничої інфраструктур на даний процес. Обґрунтовано, що інфраструктури регіонального рівня мають дві найважливіші особливості. Перша – інфраструктура, як правило, призначена для забезпечення виконання діяльності в декількох галузях. Друга особливість – інфраструктура не створює матеріальних благ, вона виконує забезпечуючу функцію. Сформовано функції виробничої інфраструктури та виділено 4 групи галузей і виробництв, які забезпечують і формують виробничу інфраструктуру регіону.

Ключові слова: інноваційна інфраструктура, регіональна інфраструктура, виробнича інфраструктура, фінансова інфраструктура, економічний розвиток регіону.

Аннотация

Дубницкий В.И., Иванов С.В., Ганжела И.П. Особенности обеспечения инновационного регионального развития в контексте финансовой инфраструктуры: теоретические аспекты. – Статья.

В работе рассмотрены теоретические аспекты важной составляющей механизма обеспечения экономического развития региона. Выявлен уровень влияния финансовой и производственной инфраструктур на данный процесс. Обосновано, что инфраструктуры регионального уровня имеют две важнейшие особенности. Первая – инфраструктура, как правило, предназначена для обеспечения выполнения деятельности в нескольких отраслях. Вторая особенность – инфраструктура не создает материальных благ, она выполняет обеспечивающую функцию. Сформулированы функции производственной инфраструктуры и выделены 4 группы отраслей и производств, обеспечивающих и формирующих производственную инфраструктуру региона.

Ключевые слова: инновационная инфраструктура, региональная инфраструктура, производственная инфраструктура, финансовая инфраструктура, экономическое развитие региона.

Annotation

Dubnitskiy V.I., Ivanov S.V., Ganzhela I.P. Features of providing of innovative regional development in the context of financial infrastructure: theoretical aspects. – Article.

The theoretical aspects of important constituent of mechanism of providing of regional economic development are considered. Revealed the level of influence of financial and industrial infrastructure on this process. It is proved that the regional infrastructure has two important features. First – an infrastructure, as a rule, is intended for providing of implementation of activity in a few industries. Second feature – an infrastructure does not create material welfares, it executes providing a function. The functions of production infrastructure are formulated and 4 groups of industries and productions, providing and formings the production infrastructure of region are selected.

Keywords: innovative infrastructure, regional infrastructure, production infrastructure, financial infrastructure, economic development of region.

УДК 330.341.1:316.4 (477)

Кузнецов Э.А.,

кандидат экономических наук, доцент,

заведующий кафедрой экономики и управления

Одесского национального университета имени И.И. Мечникова

ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИЯ МЕНЕДЖМЕНТА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ

Поиски возможностей устойчивого экономического развития является природой и целью большинства социально-экономических систем. Подобная траектория экономического развития определяет смысл модернизации и инновационной трансформации экономики современной Украины. Приоритетным фактором, который является системообразующим в развитии этих процессов, является профессионализация менеджмента. Именно кадровая составляющая сегодня определяет качество и эффективность управленческого процесса. Современные кадры менеджмента должны быть подготовлены к управленческой деятельности, основанной на технологиях постиндустриального общества. Это принципиально важный факт в развитии процессов профессионализации менеджмента. Здесь необходимо более детальное рассмотрение данных проблем с акцентированием на тех явлениях, которые сдерживают процесс развития профессионализации менеджмента в украинском обществе.

Словосочетание «профессиональный менеджмент» стало в Украине достаточно часто употребляемым, но во многих случаях данный термин не имеет полноценного объяснения и, тем более, научной трактовки. Рекламный характер носят большинство заявителей, претендующих на достижение путем обучения профессиональных качеств в менеджменте для уже действующего управленческого персонала. К тому же, не стоит ограничивать формирование профессионального менеджмента рассмотрением только управленческого образования. Необходимо более подробно рассмотреть вопросы того, что делает менеджмент профессиональным и насколько мы близки на пути превращения менеджмента в профессию.

Превращение менеджмента в профессиональную деятельность («профессионализация»), которое происходит при участии всех заинтересованных сторон – научно-исследовательского и преподавательского состава университетов, представителей бизнеса, государства и общества в целом. При этом, необходимо учесть, что каждый субъект этой деятельности создает свое понимание процесса профессионализации менеджмента. О некоторых формах комплексного виденья этого процесса, а также различных формах смешения и замещения путем присоединения менеджмента к экономике мы ранее уже рассматривали. В этом случае формируется менеджмент, который приобретает качества инженера, но применительно к экономическому знанию, что создает специалиста широкого профиля без определенного назначения.

В чем же специфика менеджмента? Воспользуемся подходом П. Друкера, который поможет нам в осмыслении понятия «профессионализация менеджмента» [1; 2; 3; 4]. Можно выделить следующие позиции, которые значительным образом уточняют процесс анализа этой проблемы.

Первое. Менеджер отвечает за общий вклад в достигаемые организацией результаты. Это основной критерий эффективности менеджера. Конечной целью деятельности и менеджера, и организации является удовлетворение интересов потребителя. *Второе.* Граница между «группой управления» и сотрудниками-исполнителями во многих случаях не совпадает с административной иерархией и формальным замещением руководящих должностей. *Третье.* Группа менеджеров современной организации неоднородна. В нее входят традиционные менеджеры, имеющие в подчинении значительное количество людей и отвечающие за работу других; менеджеры – «индивидуальные вкладчики», не занимающие руководящих должностей, но отвечающие за результаты деятельности организации в качестве экспертов и «лидеров команд»; промежуточная группа, члены которой могут выполнять функции лидера команды в зависимости от меняющихся задач, выполнять функции консультантов руководителей, либо надзорные функции по отношению к персоналу в конкретной области. *Четвертое.* Значительные усилия высокопрофессионального управленческого труда чаще всего сосредоточены на среднем уровне управления. *Пятое.* Необходимым условием качества работы менеджера является его профессиональная автономия. С одной стороны, это отличает менеджера от такого руководителя, который действует в рамках поручаемой функции, а с другой, – от «профессионала, делающего карьеру», который не заботится о трансляции своих знаний другим сотрудникам организации потому, что он несет ответственность только за свой труд, но не за результаты организации в целом. *Шестое.* Сегодня менеджмент переживает новое становление, находится в переходном состоянии, поиске новых определений и условий функционирования. Задача деятельности менеджера обретает инновационный контекст, что предполагает функционирование в организации интеллектуального капитала и формирование такого понятия, как «управленческий капитал». *Седьмое.* Система образования менеджера и его постоянное профессиональное обучение на протяжении всей его управленческой карьеры предполагает создание интеграционного механизма в системе «фундаментальная наука – управленческое образование – консалтинговая аналитика – инновационная практика». В этом случае необходимо создавать не только качественное предложение менеджерских знаний, но и формировать полноценный структурированный спрос.

При всей видимой поддержке профессионализации менеджмента в обществе и в профессиональной среде экспертов, практиков и научных работников, объективно существуют преграды в процессе вытеснения «любительства» из профессиональной управленческой деятельности. Популярность профессии менеджера, широкое развитие и престиж школ менеджмента и различных программ МВА, совершенствование технологий подготовки менеджеров не создают позитивной динамики развития рынка в пользу профессионалов с дипломами менеджеров. Нельзя сказать, что рынок труда полностью отвернулся от профессиональных менеджеров, но вполне очевиден тот факт, что лица, получившие диплом менеджера, не

признаются работодателями как эффективные управленцы. Особенно это касается малого бизнеса, где профессионализация управленческой деятельности не нужна, поскольку собственник, как инициатор этого бизнеса, теряет свои преимущества в организации и контроле этого бизнеса. Также надо особо отметить, что в Украине отсутствуют национальные традиции карьеры менеджера. Например, назначение или переход менеджера с одного уровня иерархии организации на другой происходит совершенно произвольно без учета имеющейся компетенции и будущих необходимых профессиональных качеств и результативности. С другой стороны, отсутствуют механизмы развития управленческой карьеры в переходе с одного уровня управления на другой, более высокий для талантливых и результативных менеджеров.

В конечном счете, это связано с отсутствием прямой зависимости между дипломом менеджера и его реальной практической работой. Это, в первую очередь, говорит об ошибочной концепции менеджмент-образования, ложных стандартах образования, неподготовленности к образовательному процессу как обучаемых, так и преподавательского состава.

Необходимо также обозначить ряд факторов, сдерживающих сегодня процесс профессионализации менеджмента в Украине. В первую очередь, отсутствует эффективный горизонтальный контроль по формированию и развитию управленческой деятельности. Другими словами, отсутствует не только профессиональная экспертиза качества и результативности управленческой деятельности, но и отсутствует сам субъект этой профессиональной экспертизы. Ложный путь, когда характер и содержание современного управленческого труда известен каким-либо государственным органам, работодателю или администрации университетов. Необходимо формирование и развитие профессиональных ассоциаций по менеджменту, создание условий их независимости и качественного отбора в определении членства в ассоциации и групп приглашенных экспертов.

Таким образом, можно утверждать, что процесс профессионализации менеджмента в Украине еще не стал объективно понимаемым и объективно необходимым. Конечно, особенно в последнее время, все чаще говорят в различных дискуссиях о необходимости проведения реформ, что важно иметь управленцев-профессионалов, иметь технократическое правительство, совершенствовать управленческую вертикаль государственной власти. Любая идея социально-экономического реформирования должна иметь механизм реализации (основная точка профессиональных усилий менеджмента), иначе – все остается на словах и на бумаге.

Отметим главные проблемные места процесса профессионализации менеджмента в Украине.

Первое. В профессиональной среде экономистов, менеджеров, политиков, государственных управленцев отсутствует четкое понимание того, что собой представляет управленческий труд и собственно деятельность менеджера. Плюрализм мнений в разговоре о профессиональной специфике менеджмента в современных условиях является слабой перспективой.

Второе. В системе управленческого образования необходимо инвестировать не столько в материально-техническую базу университетов, сколько в развитие

инновационных методик обучения, в совершенствование качества преподавательского состава, в университетскую управленческую науку. Необходимо всем участникам этого процесс быть готовыми отвечать на новые вызовы инновационного развития общества [5].

Третье. Совершенно неправильно сводить процесс профессионализации менеджмента только к системе управленческого образования. Результативный менеджер учится всю свою профессиональную карьеру, но эта учеба не должна сводиться только к повторению забытого из университетского периода обучения. Важно, чтобы каждый период последиplomного обучения максимально соответствовал структуре работы в будущей должности. Способность к быстрому обучению становится одной из главных качеств современного менеджера и, тем более, лидера.

Четвертое. Учитывая значимость управленческого ресурса для полноценного осуществления реформаторского курса, для развития инновационной экономики и достижение необходимых социальных показателей современного общества, необходимо разработать и начать реализовывать программы современной профессиональной подготовки управленческих кадров, которые имеют высокий показатель результативности. Необходим закон Украины «О профессиональной подготовке управленческих кадров». И, несмотря на то, что редко органы управления сами себя могут реформировать и развивать, этот закон должен получить основной приоритет государства. Полноценное и инновационное развитие управленческой практики невозможно без адекватного развития управленческого образования и системного профессионального обучения менеджеров. Но особенно качество этих процессов невозможно без развития управленческой науки.

Пятое. Мы слышим большое количество критики по поводу развития менеджмент-образования, характера и структуры управленческой науки, отсутствия стандартов профессиональной управленческой деятельности и особенно критериев оценки труда менеджеров и многое другое. Но, в основном, эта критика из внешней среды профессиональной системы менеджмента. Следует обратить внимание, что совершенно недостаточно поступает инициатив от самого профессионального сообщества в сфере управленческой науки, образования, управленческого консалтинга и практиков менеджмента. Дело даже не в том, что не поступают предложения вообще, возможно их предостаточно, многогранность и комплексность их очевидна. Проблема в том, что большинство предложений, идей, разработок не направлены на формирование полноценной научно-исследовательской базы менеджмента, но почти всегда укрепляют комплексный, собирательный характер науки менеджмента. Существует большой дефицит в Украине авторитетной позиции ученых и практиков по поводу уточнения системы научно-исследовательской, аналитической и практической базы менеджмента.

Шестое. Хотя это несколько странно, но со стороны украинского бизнеса нет серьезной заинтересованности в развитии процесса профессионализации управленческой деятельности. Их желание что-то делать в этом направлении скорее рекламная вывеска и некий популярный тренд. Все признают актуальность профессионализма строителя автомобильных дорог, агронома футбольного стадиона

или сельскохозяйственного предприятия, системщика-программиста, но не менеджера. Возможно, психология крупного руководителя сводится к пониманию, что для процветания его компании нужен один супер-менеджер, и этим менеджером является он сам. Но сегодня большие управленческие программы реализует управленческая команда, которая состоит из лидера и необходимого количества функциональных и линейных менеджеров, которые, в идеале, должны быть звездами в своем деле. Лидеру управленческой команды не нужен подчиненный, который знает свою работу хуже, чем сам лидер команды. Для понимания подобных предложений необходимо иметь качества профессионального менеджера и лидера. Важным аспектом здесь является то, что лидер управленческой команды не сводит свою работу к программно-целевому обеспечению управленческого процесса, а обеспечивает эффективное взаимодействие профессионалов – в первую очередь, членов управленческой команды.

Седьмое. Если мы признаем управленческий труд как сферу сложного умственного труда, тогда становится понятным стремление к обретению менеджментом профессионального статуса. Сложный умственный труд предполагает специфически сложную систему обучения, которая получает определенную подпитку со стороны как системы формализованных знаний на базе достигнутого потенциала управленческой науки, так и на основе инновационных научных разработок, которые имеют, в первую очередь, фундаментальную основу. Это также предполагает, что подготовка управленческих кадров носит элитный характер и требует качественного отбора как тех, кто будет учиться, так и тех, кто будет учить.

Следовательно, процесс поиска устойчивого механизма экономического развития в Украине предполагает наличие адекватных механизмов управленческого сопровождения, которые собственно и призваны обеспечивать экономическую эффективность и социальную значимость реформаторского курса. Формирование и инновационное развитие системы управления всех уровней невозможно представить без активизации процессов профессионализации менеджмента с полным воспроизводственным циклом (первичное управленческое образование – адаптационное обучение – статусное или имидж-обучение) на протяжении всей управленческой карьеры менеджера [6, с. 100-103]. Во многом эффективность этой деятельности будет связана с возможностями развития управленческой науки, которая должна заложить фундамент для инновационной трансформации профессиональной системы менеджмента.

Литература

1. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента / Питер Друкер; пер. с англ. : Уч. пос. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. – С. 17-38, 341-381.
2. Друкер Питер Ф. Энциклопедия менеджмента / Питер Друкер; пер. с англ. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2006 – С. 28-36.
3. Друкер П. Эффективный руководитель / Питер Друкер; пер. с англ. О. Чернявской. – 4-е изд. – М. : Манн, Иванов и Фербер; Эксмо, 2014. – С. 21-43.
4. Креймс Д. Думай как Друкер / Д. Креймс; пер. с англ. О.Г. Белошеев. – Минск : «Попурри», 2009 – С. 288-300.

5. Кузнецов Э.А. Конкурентоспособная система менеджмента: идентификация научных трактовок и практических подходов / В кн.: Актуальные проблемы экономики и менеджмента: теория, инновации и современная практика: монография, книга вторая. / под ред. Э.А. Кузнецова – Херсон : Гринь Д.С., 2014 – С. 182-202.
6. Кузнецов Э.А. Управление конкурентоспособностью предприятия : системный подход: монография / Э.А. Кузнецов, С.Н. Коваленко. – О. : Наука и техника, 2013. – 116 с.

Аннотация

Кузнецов Э.А. Профессионализация менеджмента как фактор формирования механизма устойчивого экономического развития в Украине. – Статья.

Рассматривается профессионализация менеджмента как фактор устойчивого экономического развития общества. Уточняется специфика профессиональной деятельности менеджмента. Доказывается необходимость развития процесса профессионализации менеджмента с выделением причин, которые тормозят этот процесс. Предлагается ряд направлений по совершенствованию процесса профессионализации менеджмента в Украине.

Ключевые слова: профессионализация менеджмента, устойчивый экономический рост, специфика менеджмента, первичное управленческое образование, управленческая инновация, механизм управленческого сопровождения.

Анотація

Кузнецов Е.А. Професіоналізація менеджменту як фактор формування механізму стійкого економічного розвитку в Україні. – Стаття.

Розглядається професіоналізація менеджменту як фактору стійкого економічного розвитку суспільства. Уточнюється специфіка професійної діяльності менеджменту. Обумовлюється необхідність розвитку процесу професіоналізації менеджменту з виділенням причин, які гальмують цей процес. Пропонується ряд напрямків для удосконалення процесу професіоналізації менеджменту в Україні.

Ключові слова: професіоналізація менеджменту, стійке економічне зростання, специфіка менеджменту, первинна управлінська освіта, управлінська інновація, механізм управлінського супроводу.

Annotation

Kuznietsov E.A. Professionalization of management as a forming factor of mechanism of sustainable economic development in Ukraine. – Article.

Professionalization of management is considered as a factor of sustainable economic development. The specific of professional activity of management is specified. The necessity of development of the process of professionalization of management is proved. Suggests a number of areas to improve the process of professionalization of management in Ukraine.

Keywords: professionalization of management, sustainable economic growth, the specifics of management, the primary management education, management of innovation, management support mechanism.

УДК 332.122:338.46

Кусик Н.Л.,

кандидат економічних наук, доцент,

завідувач кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

КУЛЬТУРНІ РЕСУРСИ ЯК ДЖЕРЕЛО УНІКАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ РЕГІОНУ

Гуманітарний розвиток України є процесом удосконалення суспільства у напрямі наближення до потреб людини в усіх сферах суспільного життя, створення умов для максимального розвитку національної культури, розкриття творчого потенціалу й самореалізації кожної особистості відповідно до її потреб та інтересів. Гуманітарний розвиток країни ґрунтується на соціально-гуманітарній політиці держави – це система планомірних дій та заходів у сфері соціально-політичного, духовного і культурного життя суспільства, спрямованих на всебічне забезпечення умов, необхідних для повного розкриття та використання творчого потенціалу як кожної людини, так і суспільства в цілому. Сьогодні перед Україною стоїть завдання здійснення соціально-гуманітарної політики, покликаної забезпечити громадянську єдність на основі демократичних цінностей, та бути стратегією розвитку, спрямованого на створення гідних для громадян умов для розкриття та повноцінної реалізації власного потенціалу [1; 2].

Важливою складовою соціально-гуманітарної політики України є державна політика у сфері культури, тому що її головною метою є утвердження культурного розвитку одним з ключових чинників соціально-економічного розвитку України та її регіонів [3]. Суспільства, які дбають про свій розвиток, особливу увагу приділяють особистості – як найвищій цінності суспільства, і створюють умови для вільного її розвитку. У такому випадку культура, з її творчим потенціалом, набуває особливого значення, тому її підтримує як політичний, так і економічний сектор суспільства. Культура у суспільстві розглядається як індикатор розвитку, синтезатор досвіду, стабілізатор суспільних процесів, інтегратор суспільних сил. Тому, недооцінення впливу культури на розвиток держави, недостатня дієвість державних органів і послаблення діяльності громадських організацій, недостатній контроль суспільної думки, призводить до занепаду держави загалом, а отже, до наявності політичної кризи.

Світовий досвід переконливо свідчить, що країни, які в період здійснення суспільних перетворень проводили зважену, послідовну політику підтримки розвитку національної культури (наприклад, Японія, Німеччина) швидко піднімалися до рівня високорозвинених країн, у найкоротші терміни з мінімальними витратами досягали значних успіхів у проведенні економічних, політичних і соціальних реформ [4; 5]. Саме через освоєння традицій народу, його культури утверджуються духовні засади суспільства, які є визначальним показником життєздатності кожної нації, без яких не можна побудувати державу.

В сучасних умовах в культурі, як і в інших сферах суспільного життя, особ-

ливо важливим є вироблення оптимальної моделі ефективної державної політики модернізації управління цією сферою в контексті світових стандартів. Завдяки зваженій державній культурній політиці ліквідується дискримінація громадян, забезпечується право громадян на користування національними духовними здобутками, що формувались протягом століть, реалізується принцип дотримання державою правових, економічних гарантій у сфері культури, а також принципу єдиного культурного простору, що передбачає єдність і багатоманітність державних, регіональних, місцевих програм соціокультурного прогресу, узгодженість інтересів центру й регіонів. Одним з найважливіших напрямків регулювання розвитку країн є регіональна політика, спрямована на пом'якшення територіальних та соціальних диспропорцій і стабільний розвиток регіонів. Нині розгалужена регіональна політика охоплює практично усі розвинені країни Західної Європи.

Соціально-економічна ситуація, що склалась в українських регіонах, потребує оновлення підходів до здійснення регіонального управління [1; 2; 3; 6]. У свою чергу, це обумовлює необхідність виявлення факторів, які можуть стримати негативні тенденції, що виникли у зв'язку з глобальними економічними трансформаціями, та забезпечити підвищення конкурентоспроможності регіонів України на засадах їх саморозвитку та самоорганізації. Формування нової парадигми регіонального розвитку, що базується на створенні умов для саморозвитку територій, ефективному використанні їх конкурентних переваг, потребує урахування вже відомих та виявлення латентних факторів підвищення регіональної конкурентоспроможності.

Деякі автори у своїх роботах виділяють такі фактори впливу на конкурентоспроможність регіонів [7; 8; 9]: кластери; людський капітал; наявні підприємства і мережі; інновації / регіональні інноваційні системи; управління та інституційний потенціал; галузева структура і тип підприємств; інфраструктура (в широкому розумінні); типологія регіонів і рівень інтеграції підприємств; інтернаціоналізація і характер прямих іноземних інвестицій; географічне положення; інвестиційна привабливість.

Сьогодні, до невирішеної частини загальної проблеми конкурентоспроможності регіону слід віднести не тільки виділення найбільш впливових факторів, а також виявлення факторів, які не мають видимих ознак, але є суттєвими у забезпеченні розвитку регіону з метою їх врахування при формуванні відповідної регіональної політики. Одним з таких чинників, дія якого ускладнює або стримує вирішення питання підвищення конкурентоспроможності регіону, але який, за наявності відповідних умов, здатний значно посилити конкурентні позиції регіону – це культура. Культура – це більш глибокий фактор, який є органічною єдністю матеріального й духовного, котрий ще не знайшов своє відображення у наукових роботах з питань регіональної конкурентоспроможності. Культура може бути як рушійною силою розвитку, так і стримуючим чинником економічного прогресу. Формування культури, як важливого фактора підвищення конкурентоспроможності регіону, має відбуватись цілеспрямовано, з орієнтацією на зміни, інновації, науку, гуманізм та інші, тобто на все, що має значення для формування особистості, здатної до сприйняття та створення нового. Але слід враховувати, що швидких змін у цьому питанні бути не може, проте воно закладає підвалини іншого, якіснішого життя в регіонах, отже, є надзвичайно важливим.

Одним з пріоритетних напрямків культурної політики на регіональному рівні є вирішення так званих «галузевих проблем», що пов'язані з дисфункціонуванням інститутів та закладів культури, дозвілля, освіти тощо. Вони виникають як результат невідповідності установ (їхньої номенклатури, функцій, змісту діяльності) умовам, що змінилися, їхньої нездатності вирішити найбільш значимі соціально-культурні й особистісні проблеми. Тому, основна група галузевих проблем пов'язана з неоптимальним функціонуванням і розвитком інфраструктурного комплексу.

Україна належить до країн з багатою історико-культурною спадщиною [10]. На державному обліку перебуває понад 130 тис. пам'яток, з яких 57206 – пам'ятки археології (418 – національного значення), 51364 – пам'ятки історії (142 – національні), 5926 – пам'ятки монументального мистецтва (44 – національні), 16293 – пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва та ландшафтні (3541 – національні). Крім поділу пам'яток на об'єкти місцевого й національного значення, найбільш відомі пам'ятки світового значення включаються до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. На сьогодні в ньому є чотири українські пам'ятки, зокрема це: собор Святої Софії з прилеглими монастирськими спорудами, Києво-Печерська лавра, історична частина Львова та резиденція митрополитів Буковини. До того ж, ще два українські об'єкти мають транскордонний статус: Геодезична дуга Струве, що простяглася територією 10 держав, і букові праліси Карпат, які Україна ділить зі Словаччиною. В Україні є 61 історико-культурний заповідник (13 – національний). Крім того, 1399 населених пунктів та понад 8 тис. сіл мають більше 70 тис. об'єктів культурної спадщини, які ще потребують дослідження та постановки на відповідний облік. Доволі представницьким є пласт рухомих пам'яток історико-культурної спадщини, що зберігається в музеях, бібліотеках, архівах. Потужним просвітницьким, культурним та естетичним потенціалом володіють музеї, мережа яких в Україні нараховує 437 закладів. Музейний фонд України налічує близько 11 млн. історико-культурних пам'яток. Предмет писемності як об'єкт історико-культурної спадщини зосереджений у системі державних архівних установ. Національний архівний фонд України нараховує 60 млн. одиниць зберігання.

Разом з тим, поточні суспільні негаразди негативно позначаються на розвитку вітчизняної культури [10; 11]. Вони продукують суттєві відмінності в ціннісних орієнтаціях, поглядах на шляхи подальшого розвитку країни. Відбувається занепад масових культурних практик, таких як читання книжок і періодики, відвідування театрів, кінотеатрів, музеїв тощо. Нові форми культурних практик та організації дозвілля через свою високу вартість стали сферою споживання здебільшого заможних верств населення. Спостерігається зростання відмінностей у культурних практиках населення залежно від місця проживання. За статистичними даними, мешканці міст сьогодні витрачають на відвідування культурних закладів та відпочинок у 3,5 рази більше коштів, ніж селяни. Зберігається розрив у можливостях доступу до каналів телебачення, друкованих ЗМІ, Інтернету мешканців великих міст та сільської місцевості. Близько 70% історичних пам'яток перебувають у незадовільному технічному стані, 10% – в аварійному. Через брак експозиційних площ лише мала частка музейних фондів доступні для відвідувачів. Без державної підтримки майже зникла

інфраструктурна база аматорства й самодіяльності, у незадовільному стані перебуває мережа будинків культури та технічної творчості. Триває скорочення чисельності учнів у школах естетичного виховання, незадовільним є стан їх матеріальної бази. Відбувається відплив за кордон талановитої мистецької молоді.

Трансформаційні перетворення в українському суспільстві практично не торкнулись інституціональної структури культури, що негативно вплинуло на фінансову ситуацію галузі, особливо в її бюджетному секторі. Кошти, які виділялись державою, покривали лише необхідні поточні потреби соціально-культурних закладів. Основні проблемні питання культурної діяльності (доступність, якість послуг, фінансування) залишаються складними. Невизначеними є питання удосконалення управління культурною діяльністю та її економічного механізму. Недостатнє врахування змін у споживацьких пріоритетах населення призвело до звуження сфери культурної діяльності і свідчить про повільне пристосування закладів культури до нових умов функціонування. Технічне переоснащення матеріально-технічної бази відбувається вибірково й не підкріплюється відповідними програмними заходами.

Низька конкурентоспроможність та недостатня популярність національних культурних індустрій зумовлює домінування в мовно-культурному просторі України зарубіжної культурної продукції. Ситуація ускладнюється слабким захистом авторських та суміжних прав, наявністю великого за обсягом «піратського» ринку культурної продукції. Записи українських виконавців становлять 15 – 20% музичного ринку та радіоефіру. Українська культура занадто повільними темпами інтегрується у європейський та світовий культурний простір. Сучасне національне мистецтво, література, культурні індустрії далі демонструють певну ізольованість від європейських тенденцій і практик.

Кризові явища особливо виразно відображаються в книговидавничій справі. Упродовж першого десятиліття XXI ст. видання книг на одного громадянина України не перевищувало показник 1,2 примірника на рік, у той час як у Німеччині цей показник становив дев'ять книг на рік, а в Російській Федерації – п'ять, тоді як мінімальний поріг самодостатньої культурної індустрії має становити не менше трьох – чотирьох видань на рік. Усе це спостерігається на тлі різкого скорочення мережі книжкової торгівлі та критичного зниження рівня поповнення фондів бібліотек. Стагнаційною залишається ситуація в кінематографічній індустрії та кінопрокаті, де не сформовані належні умови щодо залучення інвестицій, унаслідок чого кіновиробництво лишається на вкрай низькому рівні, тоді як наявний потенціал (кадровий склад кіностудій, підготовка кіно-митців тощо) дає змогу знімати в Україні кілька десятків повнометражних картин на рік. Чималі проблеми існують у сфері музичних культурних індустрій. Брак коштів негативно позначається на театральній та музейній справах [10; 11].

Одним з важливих напрямів реформування вітчизняної соціально-економічної системи є реалізація моделі гуманітарного розвитку, яка орієнтує на процеси творення нової якості життя та активізацію культурного, наукового і творчого потенціалів кожної людини і суспільства. Для цього потрібно створити умови і для якнайширшого доступу населення України до надбань культури через активне державне сприяння цьому процесу. Саме тому необхідно, перш за все, ви-

значити, які зміни відбуваються у сфері культури України, яким чином вони впливають на розвиток мережі її закладів та їх можливості надання відповідних суспільних товарів. Ступень охоплення населення мережею закладів культури в українській соціально-економічній системі частково вказує на їх можливості пропонувати відповідні суспільні товари.

На сьогодні, пропозицію суспільних товарів сфери культури можливе розглядати через кількість закладів культури, оскільки вітчизняна статистика не відображає інформацію про їх обсяг, структуру і фінансування. Більшість видів культурних закладів в Україні перебувають у державній і комунальній формах власності, а тому держава на національному і регіональному рівнях бере на себе зобов'язання щодо їх утримання, створюючи умови для пропонування ними суспільних товарів.

Розвиток сфери культури в економіці України за останні десять років відзначався за окремими складовими як позитивними, так і несприятливими тенденціями. Зокрема, поліпшилися кількісні параметри пропозиції суспільних товарів у таких закладах культури, як кінотеатри (демонстратори фільмів), театри і музеї, але відбулося скорочення кількості бібліотек, закладів культури клубного типу. Як зауважують українські науковці [1; 2; 6; 8; 12], за часи реформування вітчизняної соціально-економічної системи, значно знизилася суб'єктивна важливість таких соціокультурних цінностей, як «національно-культурне відродження», «підвищення освітнього рівня», «розширення культурного кругозору», що можна вважати цілком закономірним підсумком інфраструктурних змін культурної сфери українського соціуму протягом останніх років. Можна виокремити такі проблеми забезпеченості населення України культурно-мистецькими закладами і пропозиції ними суспільних товарів, що визначили особливості розвитку сфери культури: (1) загальна тенденція зменшення кількості закладів культури і мистецтва різного виду (за винятком музеїв) у розрахунку на 100 000 населення, що обумовило звуження пропозиції суспільних товарів цими закладами; (2) втрата цільових орієнтирів у культурній політиці і практиці задоволення культурних потреб, що негативно позначається на визначенні перспектив державного регулювання сфери культури, її місця в реалізації інвестиційно-інноваційної моделі розвитку країни.

Особливого значення сьогодні надається розвитку культури в регіонах та формуванню і реалізації регіональної культурної політики, спрямовуючи її на збереження та оптимізацію мережі закладів культури, поліпшення взаємодії з місцевими органами культури, збереження традиційної культури та розвиток аматорського мистецтва, розвиток культурного потенціалу різних регіонів України. На сьогодні, головними невирішеними проблемами розвитку культури в регіонах залишаються: недостатнє фінансування закладів культури з місцевих бюджетів; застаріла матеріально-технічна база більшості закладів культури; недостатнє залучення позабюджетних коштів до реалізації культурницьких проектів; недостатня кількість молодих кадрів, особливо у сільських закладах культури. Крім того, можна відзначити наявність значної асиметрії у рівні забезпеченості населення закладами культури у регіонах нашої країни, що створює неоднакові можливості споживання суспільних товарів сфери культури та позначається на умовах життя людей, а також посилення нерівномірності забезпечення населення закладами

культури, що не сприяє підвищенню зацікавленості сферою культури і розширенню споживання суспільних товарів.

Ситуація в сфері культури Одеської області може бути позначена як перехідна. Останні півтора десятиліття зафіксували радикальне світоглядне зрушення – перехід від галузевого й адміністративного уявлення про культуру до культурної політики як нового типу роботи із соціально-культурними ресурсами. Управління культурою на всіх рівнях стало більш складною, окремою і спеціальною роботою. Логіка розподілу бюджетних коштів, підтримка тих або інших "об'єктів культури" і видів діяльності, галузевий контроль у відношенні державної власності – конфліктує з господарською і ринковою логіками. У культурному просторі Одеської області з'являються нові суб'єкти зі своїми інтересами і стратегіями дії. Управлінська дійсність ускладнюється, стає багатовимірною, що включає елементи різних професійних сфер і рівнів компетенції. Базова зміна складається в зміні масштабу діяльності керівників у сфері культури з організаційно-галузевого до регіонально-територіального.

Серед ключових тенденцій слід зазначити і зростаючу самостійність і відповідальність організацій культури. Господарська логіка дозволила зберегти велику частину об'єктів і інфраструктури культури в умовах перехідного періоду, однак сьогодні вона найчастіше обмежує розвиток ринкових механізмів. У районах Одеської області інтенсивно відбувається оформлення "культурних господарств" і "культурних виробництв", однак вони ще далекі від культурної індустрії у власному змісті цього слова. Організації культури Одеської області фактично знаходяться в стані конкурентної боротьби за споживача в умовах настання глобальних технологій (телебачення, Інтернету, аудіо-, відео- і т.д.).

Ринок культури Одеської області розвинений дуже слабо. Потрібне відновлення ринкового простору як реального простору проектування і програмування. Базовим викликом стає створення флагманських, проривних проєктів – і на базі вдало реалізованих проєктів – зразків "нових форм бізнесу", "нових форм організації життя", не тільки як "візитних карток", але і як "знаків", що визначають культурну специфіку області, району, міста, країни, нації. Культурна активність на районному рівні по містах і районах Одеської області характеризується порівняльною бідністю спектра заходів [13; 14]. В культурній активності на районному рівні переважають в основному класичні напрямки і фольклор; спостерігаються тенденції посилення впливу активності обласного рівня і росту числа «привізних» концертних програм. Розвиток малих організацій (наприклад, сільських клубів) залежить від проведення разових великих видовищних заходів; помітна відсутність заходів "середнього рівня". В основному піками культурної активності в районах Одеської області є великі заходи, прив'язані до циклів державних (або народних) свят.

Культурні зв'язки в Одеській області в основному не є цілеспрямованими, а існують у вигляді наслідків реалізації культурних програм. При цьому відзначається слабка економічна і соціальна мотивація учасників кооперації, а також наявність бар'єрів (в основному, адміністративно-територіальних), що перешкоджають горизонтальному партнерству. У комунікаційній і координуючій функції в ситуації нерозвиненості суспільних агентств часто виступають районні

адміністрації. Тенденція до поступового посилення культурної кооперації і мобільності є позитивним моментом для розвитку культури Одеської області. Але, у цій сфері необхідно цілеспрямоване проектування зв'язків під майбутні культурні програми, проекти і заходи (наприклад, через уведення спеціальної функції розвитку зовнішніх зв'язків), дослідження реальних обсягів і використання ресурсів неформальної кооперації.

Потенціал культури території Одеської області стане ресурсом її розвитку тільки в тому випадку, якщо культура активно втягне в процеси діяльності різних суб'єктів, що мають свої інтереси і стратегії, зв'язані з ідеєю регіонального розвитку [15]. Серед найбільш ефективних технологій системного розвитку територій варто назвати технології, що працюють з особливостями міського середовища, культурний туризм (залучає культуру в економічні схеми туристичного бізнесу), інформаційні технології та технології створення знаків (імідж та брендо – будівництво).

Використання культури як ресурсу регіонального розвитку – це новий виклик сьогодення, який так чи інакше зв'язаний з різними типами ресурсів. Регіональні керівники сьогодні використовують головним чином ресурси, що традиційно розуміються: об'єкти, ресурси натуральні і матеріальні. Ресурси нового типу – інформаційні, символічні, просторово-територіальні, часові та інші – мало задіяні. Культурні ресурси – це джерело унікальних конкурентних переваг регіону. Якщо на рівні окремих великих міст можна говорити про часткову активізацію культурних ресурсів для стимулювання соціально-економічного розвитку (реставрація об'єктів культурної спадщини, фінансування чи співфінансування муніципалітетами різних соціокультурних проектів та програм), то на рівні невеликих міст, сільських громад ці ресурси майже не застосовуються.

Сьогодні в Україні облік культурних ресурсів переважно здійснюється з метою забезпечення збереження історико-культурної спадщини або розвитку туризму. Але роль культурних ресурсів, як джерела конкурентних переваг регіону, є значно ширшою. Для формування конкурентних переваг Одеської області культурні ресурси представляють значний інтерес, тому що: самі по собі часто є унікальними і не можуть бути копійованими іншими виробниками; на відміну від більшості природних, культурні ресурси можна створювати; ринок культурного продукту в Одеській області є несформованим, але має значні перспективи щодо розвитку; часто сприяють покращенню дизайну середовища, що підвищує рівень привабливості територій для проживання, сприяє акумулюванню високоякісного людського потенціалу; є одним із найперспективніших напрямів ревіталізації територій; сприяють налагодженню співробітництва (транскордонного, міжнародного), зокрема в межах спільних програм збереження, популяризації та актуалізації культурних надбань.

Ефективне використання регіональних культурних ресурсів дасть змогу створити в Одеській області новітні культурні індустрії. Пріоритетом є забезпечення умов для створення прибуткової повно – структурної системи креативних індустрій, здатної формувати і задовольняти духовні запити різноманітних верств населення. Це передбачає підтримку таких галузей як: видавничий напрям (книгодрукування, аудіо- та відео- рекординг, комп'ютерні програми, зокрема

комп'ютерні ігри); кіноіндустрія; медійний напрям (преса, радіо, телебачення, Інтернет); концертно-видовищний напрям (концертно-гастрольних бізнес, театральний та естрадно-цирковий ангажемент, фестивальний бізнес); галерейно-виставковий напрям (галерейний і виставковий бізнес, музейна справа); мистецько-прикладний напрям (шоу-бізнес, індустрія моди, реклама, промисловий та архітектурно-будівельний дизайн, народно-ужиткове мистецтво, сувенірно-інформаційний бізнес); культурно – дозвільний напрям (індустрії масової фізкультури і спорту, здоров'я, відпочинку, кулінарного мистецтва); інтелектуально-правовий напрям (індустрія авторського та суміжних прав).

Ефективне використання регіональних культурних ресурсів сприятиме подальшій розбудові якісної інфраструктури соціальної сфери Одеської області та забезпеченню нової якості життя його населення. Розвиток культури та збереження об'єктів культурної спадщини сприятиме досягненню місії регіональної економічної політики, яка є актуальною для будь-якого регіону України – підвищенню рівня життя населення в регіоні у багатогранному його розумінні та зростанню соціально-економічної ефективності регіональних суб'єктів господарювання.

Література

1. Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості: Національна доповідь [Текст] / кер. авт. колективу Е.М. Лібанова / Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи. – Умань : ВП Центр «Візаві», 2012. – 412 с.
2. Проект Концепції гуманітарного розвитку України на період до 2020 р. підготовлений в установах Секції суспільних і гуманітарних наук НАН України під загальним керівництвом віце-президента НАН України академіка НАН України В.М. Гейця [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/profile/access_denied.
3. Батіщева О.С. Державне управління розвитком національної культури в умовах глобалізації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.01 «Теорія та історія державного управління» [Текст] / О.С. Батіщева. – Л., 2007. – 20 с.
4. Досвід країн центральної Європи щодо подолання кризи і стабілізації економіки [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vzhdtu_econ/2011_2_2/35.pdf.
5. Мазурик З. Культурна політика в епоху глобалізації (контекст німецького досвіду) [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua>.
6. Лібанова Е.М. Соціальні проблеми модернізації української економіки [Текст] / Е.М. Лібанова // Демографія та соціальна економіка. – 2012. – № 1 (17). – С. 5-22.
7. Жук М.В. Регіональна економіка: підручник [Текст] / М.В. Жук. – К: ВЦ «Академія», 2008. – 416 с.
8. Людський розвиток в Україні : трансформація рівня життя та регіональні диспропорції (колективна монографія) [Текст] / відпов. за випуск Л.М. Черенько, О.В. Макарова, за ред. Е.М. Лібанової. – У 2-х томах. – К. : Ін-т демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАН України, 2012. – 436 с.
9. Сучасний соціально-політичний та гуманітарний розвиток регіону: наук. розробка [Текст] / авт. кол. : З.В. Балабаєва (наук. кер.), Б.Ю. Ростіянов, І.Л. Росколотько та ін. – К. : НАДУ, 2008. – 56 с.
10. Статистичний бюлетень «Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту України у 2012 році» [Текст] / Державна служба статистики України ; відп. за вип. І.В. Калачова. – К., 2013. – 94 с.
11. Статистичний щорічник України за 2012 рік [Текст] / Державна служба статистики України; за ред. О.Г. Осауленка; відп. за вип. О.Е. Остапчук. – К., 2013. – 552 с.

12. Кічурчак М. Оцінка рівня забезпеченості закладами культури і мистецтва в економіці України / М. Кічурчак // Економіст. – 2011. – № 4. – С. 75 – 77.
13. Статистичний щорічник Одеської області за 2011 рік [Текст] / Державна служба статистики України; Головне управління статистики в Одеській області ; за ред. Т.В. Копилової ; відп. за вип. Л.А. Патлаченко. – Одеса, 2012. – 539 с.
14. Статистичний бюлетень «Заклади культури, мистецтва, фізкультури та спорту в Одеській області у 2012 році» [Текст] / Державна служба статистики України ; Головне управління статистики в Одеській області; відп. за вип. І.Г. Шевченко. – Одеса, 2013. – 42 с.
15. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року затверджена рішенням обласної ради від 28 жовтня 2011 року № 272-VI [Електронний ресурс] : за даними Офіційного веб – порталу Одеської обласної державної адміністрації. – Режим доступу : <http://oda.odessa.gov.ua>.

Анотація

Кусик Н.Л. Культурні ресурси як джерело унікальних конкурентних переваг регіону. – Стаття.

У статті розглянута проблема використання культури як ресурсу регіонального розвитку. Розглянуто пріоритетні напрямки регіональної культурної політики. Проаналізовано позитивні та негативні тенденції розвитку сфери культури в економіці на рівні України та в Одеській області. Виявлено можливості формування конкурентних переваг Одеської області з використанням унікальних регіональних культурних ресурсів.

Ключові слова: культурні ресурси, культурна політика, конкурентні переваги, регіональний розвиток.

Аннотация

Кусик Н.Л. Культурные ресурсы как источник уникальных конкурентных преимуществ региона. – Статья.

В статье рассмотрена проблема использования культуры как ресурса регионального развития. Рассмотрены приоритетные направления региональной культурной политики. Проанализированы позитивные и негативные тенденции развития сферы культуры в экономике на уровне Украины и в Одесской области. Выявлены возможности формирования конкурентных преимуществ Одесской области с использованием уникальных региональных культурных ресурсов.

Ключевые слова: культурные ресурсы, культурная политика, конкурентные преимущества, региональное развитие.

Annotation

Kusyk N. Cultural resources as a source of unique competitive advantages of the region. – Article.

The problem of using of culture as a resource for regional development in this article is deled. Priorities for regional cultural policy are considered. The positive and negative tendencies of development of culture sphere in the economy at the level of Ukraine and in the Odessa region are analyzed. The possibilities of forming of competitive advantages of Odessa region with using of unique regional cultural resources are revealed.

Keywords: cultural resources, cultural policy, competitive advantages, regional development.

УДК 339.138

Мазур Е.Е.,*кандидат економічних наук, доцент,**доцент кафедри економіки і управління**Одеського національного університету імені І.І. Мечникова*

АНАЛИЗ ТЕРМИНОЛОГИИ «ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА»

Современный маркетинг – явление чрезвычайно динамичное. Еще несколько лет назад ведущие специалисты в области маркетинговой деятельности констатировали переход к ее «высшей точке» развития – тотальной коммуникации с рынком в совокупности со всецелой координацией и взаимоувязкой всех маркетинговых функций внутри компании. Так, главный идеолог современного маркетинга Ф.Котлер писал, что от одной из одинаково важных функций (наравне с производством, финансами и персоналом) маркетинг «дослужился» до самой важной из них, поскольку все его решения «вращаются» вокруг главного действующего рыночного лица – потребителя [1, с. 78]. В.Е.Хруцкий и И.В.Корнеева развивали эту мысль так: «Любые изменения в управлении, организации производства, в стратегии развития осуществляются с учетом результатов изучения рынка. Все меньше маркетинговой работы сосредотачивается в специализированных подразделениях. Последние обобщают данные, интегрируют и координируют усилия других служб» [2, с.23]. В.М. Терещенко отмечал, что «... роль маркетинга принципиально меняется, а управление им становится качественно другим» [3, с.17]. Речь идет о всеобщей коммуникации предприятия с рынком по схеме: «узнал – преобразовал – передал».

Однако, как показывает современная практика, маркетинг продолжает эволюционировать. Теоретики и практики маркетинга в один голос утверждают, что этот вид деятельности претерпевает новую трансформацию, определяемую очередной волной постиндустриальной экономики, вошедшей в информационную стадию развития. Так, в работе [4] провозглашается о появлении «маркетинга 3.0». Утверждается, что за последние несколько десятилетий маркетинг прошел 3 версии:

- 1) «маркетинг 1.0», в котором главное место отведено продукту;
- 2) «маркетинг 2.0», где в центре внимания находится потребитель;
- 3) «маркетинг 3.0», который интересуется проблемами человечества.

Маркетинг 3.0 – это эра ценностей, или этап, когда компании переходят от «чистой» ориентации на потребителя к ориентации на человека в целом и когда рентабельность сочетается с корпоративной ответственностью. Компании начинают рассматривать людей не просто как потребителей, а как полноценных человеческих существ, наделенных мыслями, эмоциями, душой, а также имеют потребности в общественной, экономической и экологической удовлетворенности.

Дж.Грант в книге «12 тем. Маркетинг 21 века» [5] описывает маркетинг будущего, представляя его как культурно-философскую систему, способную не только реагировать на глобальные изменения в мире, но и создавать новые тради-

ции. Он обрисовывает третью эпоху брендинга, когда торговые марки начинают жить своей собственной жизнью и превращаются в самостоятельно развивающиеся популярные идеи, влияющие на покупателей.

А.П. Панкрухин [6] отмечает, что в 21 веке лозунги типа «возлюби потребителя больше, чем самого себя» перестали помогать, т.к. стало необходимо учиться «понимать потребителя лучше, чем он сам себя понимает».

Репрезентативны также точки зрения практикующих маркетологов. В частности, основатель и президент брендингового агентства Mildberry О. Бериев в своем интервью отметил, что уходит в прошлое классический подход *trust me* — «мы серьезная фирма, заботимся о качестве, поэтому покупайте нашу продукцию» [7]. Сейчас эффективно контактировать с потребителями можно только выстраивая отношения. Если классический маркетинг продвигал продукт, то современный делает акцент на осуществлении желаний, хотя концепция «чистой» мечты уже тоже устаревает. На смену ей приходит мечта, обогащенная ценностями, или концепция ценностей. Будущее маркетинга состоит в создании вокруг брендов сообществ людей, имеющих общие ценности, связанные с продуктом.

Пионер российского бренд-менеджмента С. Аветисян, известный среди профессионалов как руководитель маркетинговых подразделений разных компаний и создатель ряда популярных российских брендов, заявляет, что «классический маркетинг уже умер» [8]. Функция современного маркетолога – создавать миф о продукте или услуге, что ценности, которые заложены в бренд, очень привлекательны конкретной группе потребителей. Поэтому маркетинг сегодняшнего дня – это маркетинг идей с конечной целью повысить капитализацию компании или бренда. Продукт трансформировался в идею – идея стала важнее продукта, т.к. именно она создает добавленную стоимость.

Еще долго можно продолжать список именитых лиц и приводить их размышления по поводу трансформации маркетинга на рубеже тысячелетий. Однако наше внимание привлекла возникшая в рамках данных дискуссий и все более активно обсуждаемая «теория», связанная с расширением воздействия маркетинга на эмоции потребителя – так называемый «эмоциональный маркетинг». Приверженцы этой «теории» утверждают, что потребители при выборе товара или услуги все меньше внимания обращают на качество и функциональные характеристики, отдавая предпочтение эмоциональному фону товара и особенно представляющего его бренда. Идею «эмоционального маркетинга» стремительно стали развивать специалисты по маркетингу по всему миру, в т.ч. и в нашей стране. Маркетологи ввели новые термины: кроме «эмоционального маркетинга», часто можно встретить такие выражения, как «эмоционирование бренда», «эмоциональный интеллект», «маркетинг впечатлений» и т.д.

Целью данной работы является проведение контент-анализа терминологии «эмоционального маркетинга», т.е. исследование содержательной составляющей перечисленных выше понятий.

Впервые идею о близости товара и марки разуму потребителя сформулировали маркетологи Э. Райс и Дж. Траут в работах «Позиционирование» [9] и «22 непреложных закона маркетинга» [10]. Авторы доказывали, что идея продукта должна найти в сознании целевых потребителей осмысленное и уникальное ме-

сто, поскольку на выбор покупателями товаров влияет «закон восприятия», в соответствии с которым не бывает объективно лучших продуктов. Все, что имеется в мире маркетинга – это восприятие клиента, и только оно реально. Именно поэтому мнение, что естественный, логический путь к рынку лежит через продукт, совершенно ложно.

«Поскольку маркетинг – битва восприятий, а не продуктов, сознание значит больше, чем рынок», – уверены Э. Райс и Дж. Траут. Задача маркетинга – манипуляция этим восприятием. Только путем изучения того, как формируется восприятие, и путем сосредоточения маркетинговых усилий на этом восприятии можно преодолеть «изначально некорректные маркетинговые инстинкты».

Развитие и популяризация мысли о связи товара с сознанием покупателя и ее трансформация в концепцию «эмоционального маркетинга» обычно связываются с именами прежде всего Б. Шмитта [11], М. Гобе [12], К. Робертса [13]. Их идеи поддерживает Ф. Котлер с соавторами: «...мы начали осознавать, что пренебрегаем эмоциональным компонентом человеческой психики... Компании также должны затрагивать сердца потребителей» [4]. Однако необъяснимой традицией считается приписывать появление «эмоционального маркетинга» именно Дж. Трауту и Э. Райсу, в то время как внимательное изучение их основных работ [9, 10] показало, что авторы практически не используют слово «эмоции» в своих текстах. Так, в книге «Маркетинговые войны» прилагательное «эмоциональный» было использовано всего 3 (!) раза, а в труде «22 непреложных закона маркетинга» вообще не удалось обнаружить ни одного слова с корнем «эмоц». Таким образом, по нашему мнению, эти авторы лишь учредили обычай обращаться к сознанию и психике покупателей при разработке и реализации маркетинговых ходов. Так откуда же взялся термин «эмоциональный маркетинг»? Скорее всего (наверняка утверждать не беремся) «отцом» этого термина является М. Гобе, автор одноименной книги «Emotional Branding», незнакомой русскоязычному рынку. В то же время появляется все больше работ на русском языке, в которых авторы развивают эту тему. Анализ этой литературы убедительно показывает, что внятное определение «эмоционального маркетинга» попросту отсутствует.

В. Тамберг и А. Бадьин в своей книге [14] используют слово «эмоционирование»: «Эмоционирование – ключевое звено в брэндинге, отвечающее за определение того, какую именно мечту и в каком виде мы продаем» (цит. по [15]). Авторы исходят из того, что продавая брэнд, компания продает не товар, а мечту, а покупатели потребляют не товары, а возможность реализации мечтаний и грез.

В статье [16] указывается, что в маркетинге «просто необходимо изменить подход – с рационального на эмоциональный». Поскольку доказано, что якобы принятие решения происходит под воздействием преимущественно «эмоциональной памяти» (смысл которой не поясняется), то в рекламе и продвижении товара целесообразно делать ставку именно на эмоции потребителя, и тогда из массы товаров, способных удовлетворить определенную потребность человека одинаково полно и качественно, будет выбран тот, который вызовет наибольший эмоциональный отклик. При выборе товаров не первой необходимости эмоциональный фактор и вовсе становится ключевым. Таким образом, по утверждению автора,

«очевидно, что в продвижении товара главное – завладеть не столько умом, сколько сердцем потенциального покупателя».

М. Акулич [17] констатирует, что «в переполненном товарами мире функциональность уходит на второй план, уступая место эмоциональным свойствам. И среди многих товаров люди склонны останавливать свой выбор на наиболее подходящих к их индивидуальностям изделиях, а не на выбранных согласно логическому мышлению. Поэтому эмоциональный маркетинг является существенно более эффективным в сравнении с маркетингом рациональным, акцентирующемся на характеристиках продуктов (услуг)». Автор убеждена, что маркетинговая методология исследования в отношении брендов все еще чрезмерно сосредоточена на рациональных выгодах для потребителей вместо того, чтобы опираться в первую очередь на их эмоциональные ощущения. В статье свободно используются такие термины, как «эмоциональные переживания», «эмоциональные связи», «эмоционирование», «эмоциональный маркетинг» и «эмоциональные ощущения», однако ни одного разъяснения смысла этих слов или словосочетаний просто нет.

Статья [18] начинается с утверждения, что «от просчитанного, выверенного, стандартно-машинного маркетинга они (маркетологи – прим. авт.) постепенно переходят в эру маркетинга душевного, эмоционального и уникального». Маркетинг-менеджеры делают упор на эмоциональный маркетинг, стремясь сделать все возможное, чтобы компании стали для клиентов «своими в доску». Далее следует мысль, что в той или иной степени эмоциональным маркетинг был всегда, однако последние годы эмоции превратились в оружие массового поражения. И теперь они находятся внутри не только внешнего маркетинга (направленного на партнеров и клиентов), но и внутреннего (нацеленного на сотрудников). Компании и снаружи, и изнутри превращаются в живые организмы — в людей.

С точки зрения Б. Шмитта [11], компании необходимо «управлять впечатлениями клиента» (откуда возникает СЕМ – Customer experience management). Управление впечатлениями или эмоциональным опытом клиентов – это «реакция на критику, информацию, жалобы и предложения по улучшению впечатления, производимого товарами и услугами, поступающая непосредственно от клиентов» (цит. по [15]). Это идея удовлетворенности от процесса, а не только от результата. Управление эмоциями клиентов — якобы новая парадигма, представляющая радикальный перелом в маркетинговых и управленческих подходах, предлагая аналитический и творческий взгляд на мир потребителя, стратегические инструменты для формирования этого мира и механизмы, которые помогают компаниям увеличить ценность для своих клиентов.

Из анализа этих понятийного аппарата, касающегося «эмоционального маркетинга», становится ясно следующее:

1) терминология вопроса чрезвычайно размыта, а вернее сказать, она отсутствует; тем более не приходится говорить о каком-либо единстве взглядов на суть проблемы «эмоционирования»;

2) рассмотренные точки зрения авторов объединяют следующие утверждения, изложенные в их работах и подтвержденные практикой:

- приобретая товары, покупатели приобретают решения своих разнообразных проблем;

- принимая решение о покупке, покупатели могут обращать внимание на собственные эмоции, возникающие у них в связи с этим товаром и/или товарной маркой (брендом);
- если товары идентичны по качеству и функциональным характеристикам, то предпочтение будет отдано товару, вызывающему у покупателя более сильные эмоции;
- на современном этапе в продвижение товаров и его важнейшую часть – рекламу – целесообразно включать информацию, которая поможет выбрать товар как по рациональному, так и эмоциональному критерию;

3) некоторые заявления представляются сомнительными, а некоторые – и вовсе безосновательными, поскольку не подтверждены специальными исследованиями. Например, фраза «при выборе товаров не первой необходимости эмоциональный фактор и вовсе становится ключевым» не выдерживает никакой критики, поскольку большинство потребителей вряд ли будут выбирать стиральную машину «сердцем», не узнав предварительно о ее мощности или функциях.

Итак, становится достаточно очевидным, что авторы «эмоционирования маркетинга» единодушны в своем убеждении в том, что на современном этапе конкуренция продуктов приобретает несколько новый оттенок в связи с тем, что покупатели ищут в продуктах не только рациональные выгоды, но и эмоциональные. Это означает, что маркетологи должны обращать больше внимания на возросшие и расширившиеся потребности своих клиентов, которые (клиенты) нуждаются во все более широком комплексе ценностей, предоставляемом товарами/услугами.

Такой вывод показывает полную несостоятельность таких псевдотерминов, как «эмоциональный маркетинг» или тем более «эмоционирование». Что подразумевали исследователи, конструируя словосочетание «эмоциональный маркетинг», совершенно непонятно. Обычно мы ставим прилагательное перед существительным для обозначения какого-либо качества или свойства, присущего существительному. Например, любому ясно, что означает «приятная девушка» или «вкусный пирог»: каждому объекту приписывается характеризующее его качество. При такой логике выходит, что маркетинг как деятельность, связанная с изучением рынка и потребителей, является эмоциональной, т.е. маркетологи эмоционально собирают факты, исследуют спрос, продвигают товар и выполняют свои прочие функции с возбужденностью и почти аффектацией. Но эта инсинуация опровергается даже в одной из вышеозначенных работ: «эмоциональный маркетинг требует вдумчивого, скрупулезного и как раз неэмоционального подхода» [16]. Аналогичные замечания могут быть применимы к «эмоциональному бренду», что в соответствии с правилами русского языка означает то, что бренд склонен к проявлению разнообразных эмоций: например, он может смеяться или плакать, а иногда может и разгневаться (возможно, на покупателя за то, что тот его не выбрал в магазине?....).

Наши критики могут выдвинуть контраргумент следующего содержания: поскольку маркетинг придает гораздо больше значения эмоциям покупателя при разработке своих программ, то именно с этой точки зрения «эмоциональный маркетинг» – достаточно репрезентативное понятие. Возразим: а когда маркетинг был сконцентрирован преимущественно на повышении качества продукта, мы же

не называли его «качественным», или когда маркетологи считали низкую цену определяющим фактором для покупателя, они же не предлагали термин «ценовой маркетинг» или «ценонирование», объективно понимая полную бессмысленность этих словосочетаний!

Что касается термина «эмоциональные связи», то стоит согласиться с мнением А. Репьева, который нигде не нашел определения этого, по его выражению, «смутного понятия», что их возникновение между потребителем и маркой нельзя считать гарантией лояльности при покупке, да и встретить такие связи можно достаточно редко [15]. Этот известный российский маркетолог пишет, что можно понять эмоциональные связи между людьми или между домашними животными и их хозяевами. Можно также представить себе некоторую эмоциональную окрашенность в отношении человека к любимому ресторану или даже марке. Более того, вполне могут установиться какие-то эмоциональные связи человека с вещью, и тому есть масса эмпирических подтверждений. Однако таких «эмоциональных» вещей в жизни среднестатистического человека не так уж и много, тем более гораздо меньше у человека «любимых брендов». Для того чтобы понять это, достаточно спросить себя: есть ли марки, которые меня эмоционально волнуют? Много ли их? Хотя, справедливости ради, стоит отметить, что в любом правиле есть исключения. Рокер может считать мотоцикл Harley-Davidson чуть ли не членом семьи; а фанат может держать клубный шарф любимой футбольной команды на самом почетном месте. Можно понять эмоциональную окраску в отношениях украинцев к своему продукту-символу салу и борщу с пампушками. Однако у большей части человечества вряд ли есть хоть одна любимая и тем более культовая марка.

А. Репьев указывает, что в принципе можно устанавливать некоторые эмоциональные связи представителей целевой аудитории с конкретной маркой, хотя и в редких случаях и с учетом массы обстоятельств. Однако нужно учитывать, что многие «эмоциональные мелочи» вообще не отражаются на продажах, а потому безрезультативны с коммерческой точки зрения. А на собственный вопрос «нужно ли создавать эмоциональные связи клиента с маркой?» автор отвечает так: «общего ответа на этот вопрос нет и быть не может, все зависит от обстоятельств».

Закончим анализ терминологии богатым словом «эмоционирование». Оно более остальных вызывает недоумение, поскольку является «английской калькой» слова *emotioning*, вообще не существующего в природе. Если принять «эмоционирование» по В. Тамбергу и А. Бадьину как «определение того, какую именно мечту и в каком виде мы продаем», то в этом утверждении нет ни грамма новизны, поскольку оно, по сути, непосредственно отражает итог многоуровневого анализа товара (бренда), где на каждом витке располагаются какие-либо потребности, удовлетворяемые конкретным товаром.

Товар приобретается не ради продукта самого по себе, а ради удовлетворения, которое он доставляет. И в частности, ради таких эмоциональных ценностей, как уверенность, воспринимаемый статус и чувство самореализации, которые оказывают значительное влияние на выбор покупателей. Удовлетворение потребностей людей посредством предложения им самых разнообразных материальных и

нематериальных благ – вот ради чего существует маркетинг. Именно с позиций этого базового подхода следует оценивать эволюцию маркетинговой деятельности, т.е. возникновение новых методик, закономерностей и правил нужно проверять на соответствие главному постулату маркетинга: найди потребность и удовлетвори ее. Пока они принципиально не противоречат друг другу – о «новом» маркетинге говорить недопустимо.

С этих позиций усиленно внимание маркетинга к эмоциональной составляющей в принятии решений о покупке нельзя считать «новой эрой маркетинга» или, тем более, «новой парадигмой, представляющей кардинальный перелом в маркетинговых и управленческих подходах», как это провозглашается в работе Б. Шмитта (цит. по [15]). По мнению этого автора, «новая парадигма» основывается на утверждении о том, что нынешний маркетинг якобы ориентирован больше на товар, чем на потребителя, а учебные материалы Ф. Котлера безнадежно устарели. Такая точка зрения вызывает изумление, т.к. аналитический и творческий взгляд на потребителя был всегда присущ маркетингу, в своих работах Ф.Котлер постоянно акцентирует внимание на необходимости постоянного учета запросов потребителей при принятии любых решений в бизнесе, а «новые инструменты», предложенные Б. Шмиттом, не только не противоречат логике науки управления, а наоборот, сконструированы с ее непосредственным использованием.

Все это говорит о том, что «эмоциональный маркетинг» неверно рассматривать как некую новую теорию в маркетинге, т.к. по своей сути он не меняет основополагающие принципы маркетинга. Правильнее говорить об усилении внимания маркетологов к эмоциональной составляющей потребностей людей в связи с возрастанием их запросов в отношении товарных предложений. Это означает, что маркетинговые исследования на современном этапе могут идти по пути более глубокого изучения разнообразия потребностей, начиная с базовых, с выделением соответствующих эмоциональных реакций.

Литература

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Пер. с англ. Под ред. О.А.Третьяк, Л.А.Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб : Издательство «Питер», 2000. – 896 с.
2. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка: Учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 560 с.
3. Терещенко В.М. Маркетинг: новые технологии в России. – 2-е изд. – СПб : Питер, 2004. – 416 с.
4. А. Сетиаван, Ф. Котлер, Х. Картаджайя. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе. М. : Эксмо, 2001. – 240 с.
5. Грант Дж. 12 тем. Маркетинг 21 века. СПб. : ИД "Коммерсантъ", «Питер». – 2007. – 285 с.
6. Панкрухин А.П. Маркетинг и вызовы XXI века в России. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.koism.rags.ru/publ/articles/42.php>.
7. Президент Mildberry: Классический маркетинг больше не работает. [Электронный ресурс] – Режим доступ а: <http://www.adme.ru/interview/prezident-mildberry-klassicheskij-marketing-bolshe-ne-rabotaet-mildberry-105205/>.
8. Маркетинг и маркетинговые идеи – мнение известного бренд-менеджера. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.solomon-group.com/holding/st/5.html>.
9. Траут Дж., Райс Э. Позиционирование. Битва за умы. – Изд-во «Питер», 2007.
10. Райс Э., Траут Дж. 22 непреложных закона маркетинга. М. : Изд-во АСТ, 2007. – 160 с.

11. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг. Как заставить клиента чувствовать, думать, действовать. – Фаир-Пресс, 2001.
12. Gobe M. Emotional Branding : The New Paradigm for Connecting Brands to People. – New York: Allworth Press, 2001.
13. Роберте К. Lovemarks. Бренды будущего. М. : Рипол Классик, 2005. – 224 с.
14. Тамберг В., Бадьин А. Брэнд: Боевая машина бизнеса. — М.: «Олимп-Бизнес», 2005. – 240 с.
15. Репьев А.П. Маркетинговое мышление, или клиентомания. – М. : «Эксмо», 2006 г. – 384 стр. – [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.repiev.ru/articles/Emotions.htm>.
16. Эмоциональный маркетинг и маркетинг эмоций. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.auramoscow.ru/emocionalnyj-marketing.html>.
17. Акулич М. Эмоционирование брендов. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/emo.htm>.
18. Пластическая операция для компании. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.strategy.com.ua/articles/view?Id=635&type=Forprint>.

Аннотация

Мазур Е.Е. Анализ терминологии «эмоционального маркетинга». – Статья.

В статье представлен критический анализ актуального направления в маркетинге – «эмоционального маркетинга». Приводится разбор возникающих в связи с этим новых понятий. Показана несостоятельность рассмотрения «эмоционального маркетинга» как новой парадигмы.

Ключевые слова: развитие маркетинга, эмоциональные и рациональные выгоды товара, эмоциональный маркетинг, потребности, парадигма.

Анотація

Мазур О.Є. Аналіз термінології «емоційного маркетингу». – Стаття.

У статті представлено критичний аналіз актуального напрямку в маркетингу – «емоційного маркетингу». Наводиться розбір виникають у зв'язку з цим нових понять. Показана неспроможність розгляду «емоційного маркетингу» як нової парадигми.

Ключові слова: розвиток маркетингу, емоційні та раціональні вигоди товару, емоційний маркетинг, потреби, парадигма.

Annotation

Mazur O.Ye. Analysis of the terminology of "emotional marketing – Article.

The article highlights a critical analysis of a current trend in marketing – "emotional marketing." The author proposes the analysis of new definitions arising from this concept. It is stressed the incompatibility of "emotional marketing" as a new paradigm.

Keywords: development of marketing, emotional and rational benefits of product, emotional marketing, needs, paradigm.

УДК 331.104.316

Орлова Н. В.,

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры экономики и управления

Одесского национального университета имени И.И. Мечникова

ЭВОЛЮЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О СУБЪЕКТЕ ТРУДА И ИЗМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

Анализ современных социально-экономических процессов показывает, что основные факторы, определившие качественные изменения в трудовой деятельности, связаны, с одной стороны, с изменением роли человека на производстве и, с другой стороны, с трансформацией системы общественных отношений в целом. Поэтому сегодня перед экономической наукой стоит задача выработки новой парадигмы труда – целостной системы взглядов, адекватно отражающих общественные трансформации в целом, и трудовые отношения, в частности.

Основу общеметодологического инструментария исследования общественных отношений в сфере труда составляют работы классиков экономической науки – А. Смита, Д. Рикардо, К. Маркса, А. Маршалла, М. Вебера, В. Петти, Дж. Кейнса. Современные подходы к исследованию этих процессов содержится в работах Д. Белла, О. Тоффлера, Дж. Гэлбрейта, Х-Ю. Варнеке, Я. Корнаи и др. Различные аспекты проблемы затронуты в исследованиях отечественных экономистов А. Колота, В. Черняка, О.А. Турецкого.

Целью статьи является исследование природы и закономерностей социализации труда и трудовых отношений по мере развития характеристик субъекта труда, детерминированных требованиями технологического способа производства. Это определяет приоритеты системы социального партнерства, социальную ответственность бизнеса, социальную политику предприятий и качество трудовой жизни.

Научные понятия, как «труд», «рабочая сила», «человеческий капитал», «трудовые ресурсы» являются одними из центральных в экономической теории, они выделяются в качестве определяющего элемента социально-экономического развития. Тем не менее, до настоящего времени сохраняется терминологическая неопределенность при их характеристике.

В теории переходной экономики анализ трудовой сферы и трудовых отношений был в основном сосредоточен на проблемах формирования и стабилизации рынка труда и отношений, складывающихся на этом рынке. Эти исследования в большей степени осуществлялись на макро- и мезоуровнях; уровень предприятий и содержание отношений «работник-работодатель» не получили должного освещения. Весьма скупо велись исследования формирования внутрифирменных рынков труда и складывающихся на этом рынке отношений. В силу отмеченных обстоятельств остаются недостаточно изученными вопросы соотношения роли государства, бизнеса и работника в регулировании социально-трудовых отношений. В соответствие с логикой развития гражданского общества, требуют изучения вопросы,

связанные с исследованием природы и закономерностей социализации трудовых отношений, позволяющих обосновать направления и приоритеты их развития на различных этапах становления социально-экономической структуры украинского государства.

Безусловно, переход к рыночной экономике, который осуществляется в нашей стране более двадцати лет, предполагает целый ряд этапов и ступеней, которым присущи свои особенности и закономерности. Однако контуры того общества, которое определяется как цель развития, официально в Украине не определены ни в Конституции, ни в официальных документах Верховной Рады и правительства. Можно лишь предполагать, что закрепленное статьей 1 Конституции Украины положение «Украина есть суверенное и независимое, демократическое, социальное, правовое государство» [1], косвенно определяет необходимость формирования социального рыночного хозяйства.

Социализация является общенаучным термином, обозначающим процесс приобщения индивида к социуму, утверждение себя в обществе и выполнение определенной социальной роли. Социализация трудовых отношений предполагает анализ процессов и механизмов использования личностного, интеллектуального, человеческого потенциала в процессе экономической деятельности, а также систему отношений, складывающихся в процессе производства, распределения, обмена и потребления благ. Иными словами, социально-трудовые отношения включают совокупность условий, обеспечивающих взаимодействие работника со средствами производства, а также условия присвоения и использования результатов труда. Исходя из этого, изменения, происходящие в сфере социально-трудовых отношений, проявляются в возможностях удовлетворения социальных потребностей как в рамках трудовой сферы, так и вне ее.

Трудовые отношения, которые складываются между работником и работодателем, практически никогда не выступают в «чистом» виде без социальной составляющей. Однако разные этапы развития рыночной экономики предполагают и разную степень и глубину, формы проявления социальности. При этом следует отметить, что любая стадия развития социально-трудовых отношений в обществе, основанном на рыночных принципах хозяйствования, не предполагает полной гармонии интересов субъектов трудовых отношений. Основной целью производства с позиции предпринимателя было и остается производство прибавочного продукта. Поэтому положение К. Маркса о том, что «капиталистический процесс... воспроизводит и увековечивает условия эксплуатации рабочего» [2, с.582], сохраняет свою силу. Другое дело, что отношения эксплуатации, как и социальность, модифицируются и при сохранении общей характеристики, приобретают некоторые особенности форм проявления.

С развитием капиталистической экономики трансформируется общественное сознание, повышается образовательный уровень, доминируют умственные виды деятельности, укрепляются демократические ценности. Поэтому и отношения эксплуатации приобретают более мягкие формы, в значительной степени вынужденно смещая вектор в направлении социальной ответственности бизнеса. В наибольшей степени это присуще странам развитого гражданского общества, где обеспечен контроль за деятельностью бизнеса с точки зрения соблюдения законо-

дательных норм, экстернальных эффектов, участия в реализации социальных проектов. Исходя из этого, важно определиться, как должны согласовываться трудовая и социальная компонента отношений между трудом и капиталом на данном этапе развития рыночных отношений и какова динамика этого процесса.

Мы согласны с мнением тех авторов, кто рассматривает социализацию трудовых отношений как «сложный, многоплановый процесс, следствием которого есть гармонизация интересов сторон и субъектов этих отношений, что проявляется в достижении высоких уровня и качества жизни и эффективности производства» (перевод автора) [3, с.106]. С нашей точки зрения, процесс эволюции человека как исключительно носителя рабочей силы в системе трудовых отношений до современного состояния человеческого капитала, соответствует и становлению нового типа социальности.

Анализ источника богатства общества, предпринятый классиками английской политической экономии, привел А. Смита к выводу о том, что богатство – продукт совокупного труда всех сфер производства, представителей различных видов труда и профессий. Экономический мир – огромная мастерская, где разворачивается соперничество между всеми, кто так или иначе участвует в создании богатства. То есть материальное богатство – это цель, а человек – это субъект, обеспечивающий его производство, т.е. была сформулирована концепция или модель "экономического человека".

Эта же мысль, что человек – только способ создания богатства в условиях капиталистического производства, содержится и в марксистских работах. Исследование сущности товара в «Капитале» Маркс начинает констатацией факта: «Богатство обществ, в которых господствует капиталистический способ производства, выступает как «огромное скопление товаров», а отдельный товар — как элементарная форма этого богатства.» [2, с. 44]. Человек, как «простая рабочая сила», был дополнением к машине. Развитие индивида как личности, по мнению Маркса, возможно только в обществе более высокой формы организации.

Приведенный подход к роли человека как фактора создания богатства объясняется технологическим укладом того периода, базирующемся на мелком ремесленном производстве, началах машинного производства. Социальность трудовых отношений на данном этапе определяется тем, что производство человека выступает как потребительное производство, где рабочая сила не только воспроизводится, но и совершенствуется. В концепции Маркса капитал – это производственное отношение или экономический ресурс, заключенный в отношениях между работником и работодателем.

В начале XX в. в период развития крупного машинного производства, экстенсивные источники роста рабочей силы утрачивают свое определяющее значение и постепенно исчерпываются. Возникает необходимость развития личного фактора производства не «вширь», а «вглубь». Актуальными становятся вопросы совершенствования качественных параметров рабочей силы, формируется система научной организации труда. Это приводит к формулированию концепции целостного человека, на первый план выдвигаются проблемы мотивации и стимулирования. Основу этого направления составили работы Э. Мейо, А. Маслоу, Дж. Адамса и др.

В условиях ускорения научно-технического прогресса вектор экономико-теоретических исследований сместился с процессов использования рабочей силы на процессы формирования качественно новой рабочей силы. Теоретический и практический интерес к человеку, как основному фактору экономического развития, значительно усилился. Динамично изменяющаяся внешняя среда экономических субъектов, усиление конкуренции на мировых рынках, типичные для середины XX века, поставили перед бизнесом задачу поиска новых резервов повышения эффективности деятельности. Непосредственный производитель, который перестал рассматриваться исключительно как носитель рабочей силы и трудовой ресурс, содержал наибольший потенциал прироста эффективности производства. Объектом инвестиций становится уже не просто рабочая сила, а человеческий фактор как более широкое понятие. В этот период формируется и теория человеческого капитала, в рамках которой предпринимается попытка увязать распределение доходов с уровнем образования и профессиональной подготовки. Использование термина «капитал» по отношению к личному фактору производства означало, что формирование и использование этой формы капитала имеет те же закономерности, которые присущи использованию материальных компонентов производства. А мотивация и последствия вложений в вещественный и человеческий капитал одна и та же.

Существование личного фактора производства в форме человеческого капитала предусматривает и другой уровень социально-трудовых отношений. Это не только зависимость «работник-работодатель», ограничиваемая отношениями найма, но и участие предпринимателя в системе подготовки, переподготовки, повышения квалификации. Когда владельца капитала начинает интересовать не просто «рабочая сила», «трудовой ресурс», «человеческий ресурс» (все эти понятия можно использовать для характеристики роли человеческого фактора на предыдущих этапах развития производства и общества), понятие социальной составляющей расширяет свои рамки. Капитал, как система отношений между работником и работодателем, получает финансовое измерение не только в параметрах «зарплата – произведенная прибавочная стоимость», но и «инвестиции в человеческий капитал – полученный доход».

Современный этап общественно-экономического развития связан с глобализацией экономических процессов, появлением принципиально новых технологий и соответственно нового технологического уклада, усилением научной составляющей в системе производительных сил. Это объективно приводит к модификации социально-трудовых отношений. Развитие человеческого капитала выходит далеко за рамки и требования процесса производства. Сегодня речь идет о повышении уровня человеческого потенциала. Поэтому в область анализа попадает не только общее и профессиональное образование, система повышения квалификации и переподготовки, но и такие институты, как семейные ценности, уровень здоровья и медицинского обслуживания, преступность, решение экологических проблем, степень социальной однородности общества. Таким образом, человеческий капитал – это только часть человеческого потенциала, реализуемая через денежный доход.

Г. Клейнер, анализируя становление общества знаний, даёт ему следующую характеристику: «от рынка «рабочих рук», свойственного доиндустриальной эре, и рынка «рабочих голов», присущих индустриальной эре, в экономике знаний будет осуществлён переход к рынку «динамических способностей», где основным объектом трансакций станет способность человека или сложившейся группы людей стать продуцентом нового знания» [4, с. 63]. Эти изменения порождают внутрифирменные модификации и формируют институты, обеспечивающие трансформацию системы социально-трудовых отношений.

В этих условиях изменившееся положение и новую роль работника должен закрепить новый этический договор между работником и работодателем (Р. Дафт использует термин «общественный договор» [5, с. 183]). В рамках этого договора работник должен принять на себя ответственность за наиболее эффективное функционирование того структурного подразделения компании, в котором он работает, а также проявлять готовность участвовать в процессе постоянного обучения, необходимого для обеспечения эффективности в условиях постоянных изменений. В обмен на это компания обеспечивает не просто гарантии занятости, но и создание условий для наиболее эффективной жизнедеятельности каждого человека. Этот новый нравственный договор представляет собой принципиальное изменение сущности социально-трудовых отношений: от рассмотрения людей как актива компании, источника присвоения стоимостей – к рассмотрению их как источника ответственности и творческого ресурса, добавляющего стоимость.

Не случайно в начале XXI в. ООН сформулировала десять принципов Глобального договора, обращенные к предпринимательскому сообществу:

- Оказывать поддержку соблюдению прав человека, провозглашенных международным сообществом.
- Обеспечить свою непричастность к нарушениям прав человека.
- Поддерживать свободу ассоциаций и признавать право персонала на заключение коллективных договоров.
- Выступать за уничтожение всех форм принудительного труда.
- Выступать за ликвидацию дискриминации в сфере труда и занятости.
- Выступать за полное искоренение детского труда.
- Способствовать предупреждению негативных воздействий на окружающую среду.
- Проявлять инициативы, направленные на повышение ответственности за состояние окружающей среды.
- Содействовать развитию и распространению экологически чистых технологий.
- Противодействовать коррупции во всех ее формах, включая вымогательство и взяточничество.

По сути, эти десять принципов являются концептуальной основой для проведения корпоративной социальной ответственности фирмой. Поэтому современный этап экономического развития развитых стран, характеризующийся как «новая экономика», «информационная экономика» предполагает и новый уровень реализации социально-трудовых отношений. Социальность трудовых отношений выходит далеко за рамки исключительно трудовой деятельности. Социальная ответст-

венность бизнеса сводится уже не только к обеспечению соблюдения норм законности при осуществлении экономической деятельности. Она касается и других форм жизнедеятельности.

Социальная ответственность бизнеса делится на внутреннюю и внешнюю. Внутренняя социальная ответственность – это, прежде всего, деловая практика по отношению к собственному персоналу, которая включает такие направления деятельности:

- безопасность (включая пожарную, экологическую и промышленную безопасность) и охрана труда;
- выполнение обязательств по выплате заработной платы;
- поддержание социально обусловленного уровня заработной платы;
- дополнительное медицинское и социальное страхование работников;
- развитие человеческого потенциала работников через различные обучающие программы, подготовку и повышение квалификации;
- помощь в критических ситуациях.

Внешняя социальная ответственность включает в себя:

- спонсорство и корпоративная благотворительность;
- участие в экологических программах государства, региона, муниципального образования через формы частно-государственного партнерства;
- взаимодействие с местным сообществом;
- готовность бизнеса участвовать в решении проблем в кризисных ситуациях;
- выпуск качественной продукции.

В начале XXI в. идея социальной ответственности стала парадигмой стратегического управления бизнесом. Корпоративная социальная ответственность предполагает устойчивый баланс между интересами бизнеса в экономике, охраной окружающей среды и решением текущих социальных вопросов внутри предприятия и за его пределами. Как итог, такие усилия приводят к устойчивому развитию бизнеса.

Этот подход соответствует и основным положениям принятой мировым сообществом концепции устойчивого развития. Под устойчивым развитием было предложено понимать «такое развитие, которое удовлетворяет потребностям настоящего времени, но не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности» [6, с. 25].

Необходимо отметить, что в развитых странах мира понятие «устойчивое развитие» прочно вошло в саму философию корпоративного управления. Она предполагает, что любое управленческое решение принимается с учетом экономического, социального и экологического эффекта. Наиболее емкой формой реализации устойчивого развития и является корпоративная социальная ответственность. Однако если в странах с высоким уровнем экономического развития этот подход является актуальной проблемой, имеющей конкретные формы реализации, которые отражают национальные, исторические, ментальные особенности, в Украине социальная ответственность бизнеса пока не имеет своей устойчивой философской основы. Это касается не только нашей страны, но и других стран, где социально-трудовые отношения пока не затронули всестороннего развития человеческого потенциала, а формируются на уровне развития человеческого ка-

питала. Не случайно в рейтинге Программы развития Организации Объединенных Наций «Человеческое развитие – 2014», который отображает экономический рост и социальные изменения во всех странах мира, Украина заняла 83 место, хотя этот показатель и относится к категории высоких.

Незрелость правовых и моральных норм, стереотипов мышления и поведения, воплощающих стандарты жизнедеятельности в социально-экономической среде, имманентной новой экономике, превращается в тормоз, удерживающий общество на позициях предпочтения материального благополучия другим ценностям жизни. В то время, когда творческий и экономический потенциал страны должны быть нацелены на инновационные энергосберегающие технологии, а социум – на реализацию более высоких целей, чем повышение покупательной способности, экономика по-прежнему базируется на использовании энергоемких производств. Конкуренция продукции последних обеспечивается за счет низкой стоимости рабочей силы. Это говорит о том, что в нашей стране преобразование социально-трудовых отношений под влиянием четвертой технологической революции находится на одной из начальных стадий. Отсюда и понимание роли человека-работника практически на уровне исключительно крупного машинного производства, и скептицизм относительно социальной ответственности бизнеса, которая, по мнению ряда ученых, заключается в необходимости инвестирования полученной прибыли в процесс производства.

Воздействие четвертой технологической революции на социально-трудовые отношения должно привести к формированию их новой модели, характерными чертами которой являются следующие:

1. Демократизация трудовых отношений, основанная на вовлечении работника в процесс управления благодаря неформальным функциональным группам (кружки качества, программы повышения качества трудовой жизни и т.д.).

2. Гибкая система материального стимулирования, которая учитывает личный вклад, участие в рационализаторской деятельности, участие в прибылях акционерного общества.

3. Культивирование преданности и лояльности работника своему предприятию.

4. Формирование идеологии «обучающейся организации» через систему тренингов, программированного и компьютерного обучения и др.

5. Развитие принципов социальной ответственности капитала, партнерских отношений работников и руководства предприятия.

Основными факторами, определяющими качественно новые формы существования субъекта труда является смена технологических укладов и изменение роли человека на производстве, изменение системы ценностей и интересов человека, изменение взглядов на культурные основы хозяйствования. Эволюционный характер развития социально-трудовых отношений отражает стадии общественного прогресса, зависит от национальных, культурных, ментальных особенностей той или иной страны, формирующейся социальной модели. В зависимости от возможностей и сформировавшихся приоритетов используются разные формы социальной защиты, различна степень ощущаемой предпринимателями социальной ответственности. Трудовым отношениям всегда присуща социальная харак-

теристика, однако глубина социальности и формы проявления меняются. Современная мировая экономическая трансформация предполагает существование в качестве личного фактора не просто человеческого капитала, а многостороннюю реализацию человеческого потенциала как совокупности трудовых, интеллектуальных, культурных, новаторских навыков. Это требует тесного взаимодействия общественных и частных начал, однако эти процессы основываются на сильной рыночной экономике с высоким уровнем капитализации.

Литература

1. Конституция Украины // Ведомости Верховной Рады Украины. – 1996. № 30.
2. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. Т. 1. / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. – 2-е изд. – Т. 23 – М. : Гос.изд-во полит.лит-ры, 1960. – 784 с.
3. Коваленко І.Ф., Кицак Т.Г., Шевчук О.В. Соціалізація та десоціалізація відносин між працею і капіталом як тенденція розвитку соціально-трудова відносин на рубежі ХХ-ХХІ століття // Соціально-трудова відносини: теорія і практика. Збірник наукових праць. К. : КНЕУ, 2013. – №1(5). – С.104-112.
4. Клейнер Г. Б. Становление общества знаний : социально-экономические аспекты / Г. Б. Клейнер // Общественные науки и современность. – 2005. – № 3. – С. 56-69.
5. Дафт Р. Менеджмент. / Пер. с англ. под ред. С.К. Мордовина. – 10-е изд. – Спб. : Питер. – 2013. – 656 с.
6. Наше общее будущее : Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / Пер. с англ. под ред. С.А.Евтеева и Р.А.Перелета.— М. : Прогресс, 1989. – 427 с.

Аннотация

Орлова Н.В. Эволюция представлений о субъекте труда и изменение системы социально-трудовых отношений. – Статья.

В ходе анализа эволюции системы социально-трудовых отношений выявлена взаимосвязь между элементами этой системы и характером технологического способа производства. Основными факторами, определяющими процесс социализации трудовых отношений, являются изменение роли человека на производстве и качественные изменения в социальной дифференциации, технологические и организационные перемены, изменение системы ценностей, интересов и мотиваций, трансформация взглядов на культурные основы хозяйствования. Эти факторы определяют и новую фазу развития общественных отношений в рамках постиндустриальных реалий, сущностными характеристиками которой являются процессы гуманизации и социализации трудовых отношений.

Ключевые слова: социально-трудовые отношения, рабочая сила, человеческий капитал, человеческий потенциал.

Анотація

Орлова Н.В. Еволюція уявлень про суб'єкта праці та зміна системи соціально-трудова відносин. – Стаття.

У ході аналізу еволюції системи соціально-трудова відносин виявлено взаємозв'язок між елементами цієї системи та характером технологічного способу виробництва. Головними факторами, що визначають процес соціалізації трудова відносин, є зміна ролі людини на виробництві та якісні зміни в соціальній дифе-

ренціації, технологічні та організаційні зміни, зміна системи цінностей, інтересів та мотивацій, трансформація поглядів на культурні основи господарювання. Ці фактори визначають і нову фазу розвитку суспільних відносин в рамках постіндустріальних реалій, сутнісними характеристиками якої є процеси гуманізації та соціалізації трудових відносин.

Ключові слова: соціально-трудова відносина, робоча сила, людський капітал, людський потенціал.

Annotation

Orlova N. V. Evolution of ideas of the subject of work and change of system of the social and labor relations. – Article.

During the analysis of the evolution of system of the social and labor relations the interrelation between elements of this system and character of a technological way of production is revealed. The main factors defining process of socialization of the labor relations are change of a role of the person on production and high-quality changes in social differentiation, technological and organizational changes, change of system of values, interests and motivations, transformation of views of cultural bases of managing. These factors define also a new phase of development of the public relations within post-industrial realities which intrinsic characteristics are processes of a humanization and socialization of the labor relations.

Keywords: social and labor relations, labor, human capital, human potential

УДК 631.115.8:63

Радченко О.П.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечнікова

Шавалюк О.І.,

здобувач кафедри економіки підприємства

Львівського національного аграрного університету

СТАНОВЛЕННЯ КООПЕРАТИВІВ У СТРУКТУРІ СВІТОВОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Розвиток кооперативів сприяв позитивним змінам в організаційній структурі сільського господарства багатьох країн, особливо Німеччини, Швеції, Данії, Голландії, Ірландії, Італії, Австрії, Швейцарії, США, Японії. Дещо меншим на початку цього періоду, але згодом позитивним був вплив кооперативного руху на господарство Англії, Канади, Росії, Франції, Іспанії, Бельгії, Норвегії, Фінляндії, Аргентини, Австралії, Нової Зеландії та інших країн.

Кінець ХІХ ст. і початок ХХ ст. характеризується стрімким зростанням кількості сільськогосподарських кооперативів у багатьох країнах світу. Розширення напрямків їх діяльності з одночасним поглибленням спеціалізації; формування регіональних, галузевих та національних об'єднань кооперативів; прийняття законів та нормативно-правових актів щодо створення та роботи кооперативів, сприяли розповсюдженню кооперативного руху в міжнародному масштабі.

Питанням розвитку кооперації присвячені праці І. Бурачек, П. Гайдуцький, В. Гончаренко, Ф. Горбонос, В. Зіновчук, Ю. Коваленко, О. Крисальний, Ю. Лупенко, М. Малік, В. Месель-Веселяк, О. Могильний, Л. Молдаван, О. Нечипоренко, О. Онищенко, Н. Павленчик, П. Саблук, Р. Слав'юк, Г. Черевко, Л. Шевченко, О. Шпичак, В. Юрчишин та ін. [1-2; 4-5; 7; 11; 15].

Однак, низка теоретичних, методологічних і прикладних аспектів цих проблем залишається малодослідженою і потребує подальших і поглиблених наукових досліджень стосовно окремих регіонів, де процеси реформування сільського господарства і формування нових організаційно-правових структур суттєво відрізняються

Завданням даного дослідження є особливості розвитку кооперативів в організаційній структурі світового сільського господарства.

З'являлись галузі в яких кооперування товаровиробників відбувалось швидкими темпами, так наприклад серед виробників молока, м'яса, овочів, фруктів, зерна у постачальницько-заготівельному бізнесі. Кооперативи починали виходити на міжнародний ринок продовольства і виявляти себе достатньо конкурентоспроможними.

Так у Швеції з 1880 р. почали створюватись молочарські та постачальницькі кооперативи, а у 1895 р. було створено перше регіональне об'єднання постачаль-

ницьких кооперативів. У 1905 р. в Швеції з'явилося перше об'єднання кооперативів на національному рівні (SLR), на той час в країні вже існувало 11 регіональних і 380 місцевих постачальницьких кооперативів, а у 1920 р. кількість регіональних кооперативів досягла 19, а місцевих – 1353 [8, с. 102].

Активізувався кооперативний рух і в Данії, особливо в тваринницькій галузі. Так у 1895 р. в Данії нараховувалось 623 кооперативи, в 1900 р. – 1428 кооперативів членами яких були 225 тис. чол., а у 1914 р. – 1790 кооперативів членами яких були 355 тис. чол. Данія стала світовим лідером у формуванні перших національних кооперативних організацій, так: у 1897 р. була створена “Федерація датських кооперативних фабрик бекону”; в 1898 р. – “Юрська асоціація постачання кормів”; в 1901 р. – “Датська кооперативна асоціація постачання добрив”; в 1906 р. – “Датська кооперативна насіннева асоціація”; в 1912 р. – “Датська молочарська федерація”, в 1916 р. – “Федерація датських кооперативів експорту худоби”.

У Німеччині з 1870 р. активно почали створюватись регіональні асоціації кооперативів у сільському господарстві. В 1883 р. було створене об'єднання кооперативів на національному рівні, яке у 1903 р. отримало назву Федерація сільськогосподарських кооперативів Німецької імперії. В 1924 р. асоціацій кооперативів було створено 134.

У 1894 р. в Ірландії було створено близько 60 молочарських кооперативів і об'єднаних в Ірландське кооперативне товариство. В 1905 р. в Ірландії нараховувалась 718 кооперативів, а у 1919 р. була створена перша у світі благодійна фундація для кооперативного розвитку. У Великобританії створення кооперативів почалось на початку двадцятого століття. Так у 1914 р. в Англії було 274 постачальницьких кооперативи, які об'єднували 30 тисяч членів і 129 маркетингових кооперативи, чисельність яких дорівнювала 10 тисяч членів. Активно створюються кооперативи в домініонах Британської імперії в Австралії та Новій Зеландії.

З 1904 р. бере свій початок кооперативний рух Франції. Кооперативи часто створювались за ініціативою фермерських асоціацій, особливо у постачальницькій сфері і завдяки державній підтримці кількість сільськогосподарських кооперативів неухильно зростала, розширювалась сфера їх діяльності. У 1920 р. у Франції їх налічувалось орієнтовно 25 тисяч не враховуючи кредитних товариств. Вони формували об'єднання на місцевому і регіональному рівнях (перше об'єднання на національному рівні відбулось ще у 1910 р.) [2, с. 254].

Протягом 1870-1920 рр. у США були створені численні місцеві і регіональні кооперативи, вони набули поширення майже у всіх штатах. Наприкінці 1910 р. в країні нараховувалось понад 14 тисяч діючих кооперативів, з яких приблизно 2,1 тис. спеціалізувались на постачанні засобів виробництва. У 1916 р. були організовані дві перші національні кооперативні асоціації: Кооперативна ліга США і Національна асоціація виробників молока [3, с. 89].

Кооперативний рух свій розвиток у Канаді отримав з початку двадцятого століття, коли почав підніматись зерновий бізнес на заході Канади. У 1906-1913 рр. в провінціях Манітоба, Саскачевані, Альберта були створені елеваторні кооперативи, які в 1920 р. об'єднались і їх частка у валовому виробництві зерна

регіону складала майже половину. Величезний економічний успіх зернових кооперативів підштовхнув виробників молока, м'яса, птиці, вовни, меду, тютюну до створення власних кооперативних організацій.

В Японії наприкінці XIX ст. існувало 190 сільських кредитних, 178 маркетингових, 45 постачальницьких і 38 виробничо-сервісних кооперативи. В 1909 р. була створена Центральна спілка кооперативів Японії. В 1910 р. в Японії вже було 7308 кооперативів кількість членів яких сягнула понад 500 тис. [8, с. 88].

Кооперативи почали розповсюджуватись і на території Російської імперії, так в період 1898-1907 рр. було зареєстровано лише 73 сільськогосподарських кооперативи, а в 1917 р. їх вже нараховувалось 25 тисяч, а членами їх були 20 млн. чоловік. Активно розвивався кооперативний рух в таких регіонах Російської імперії: Україні (схід і центральні області), Прибалтійському регіоні, Сибіру.

У 1895 р. в Лондоні було скликано перший (установчий) міжнародний кооперативний конгрес у роботі якого взяли участь делегації Великобританії, Бельгії, Данії, Франції, Голландії, Угорщини, Італії, Росії, Сербії, США, Австралії, Індії та Аргентини. Делегати переставляли усі найважливіші напрями кооперації: споживчу, виробничу і кредитну. На цьому конгресі було створено Міжнародний кооперативний альянс (МКА). А на двадцять третьому конгресі МКА було проголошено міжнародні принципи кооперації. Дана подія мала величезне значення для розвитку кооперативного руху у світовому масштабі, оскільки саме на даних принципах, що визнані на міжнародному рівні, сьогодні ґрунтується кооперативний рух у багатьох країнах світу [8, с. 156].

Не обминув кооперативний рух і Західну Україну. На початку кооперативного руху значного розвитку набула кредитна кооперація. У 1902 р. було організовано перший молочарський кооператив на Стрийщині. А у 1907 р. в Стрию було організовано “Крайовий Союз Молочарський” керівниками цього союзу були О. Нижанківський, І. Горалевич. Ревізійний Союз Українських Кооперативів у Львові (РСУК) на той час найвища ревізійна та провідна організація української кооперації на Західноукраїнських землях був заснований на підставі статут від 24 грудня 1903 р. затвердженого рескриптом Галицького намісництва від 19.01.1904 р. під назвою “Крайовий союз ревізійний” [9, с. 365]. У 1907 р. цій установі підпорядковувалось 180 кредитних товариств з 59548 членами. У 1930 р. РСУК об'єднував 3146 кооперативів серед яких були: Центробанк, Народна Торгівля, Маслозавод, Центросоюз, 41 повітовий кооперативний центр і 3101 низовий кооперативи в тому числі кредитних – 321, міських споживчих – 135, господарсько-споживчих – 2276, молочарсько-споживчих – 236. У цій організації працювало 10 тис. службовців, а оборотний їх капітал становив понад 15 мільйонів золотих в паях і резервних фондах [13, с. 179].

Міжвоєнний розвиток західноукраїнських земель відбувався в умовах втрати державності та права українців безпосередньо керувати господарськими справами, монополії польської влади в політичному й економічному житті країни, нехтуванням з боку польської влади потребами українського селянства та його виступами проти організованого українського життя. Прискоренню інтеграції українських земель у суспільне життя Польської держави сприяла система заходів: адміністративно-територіальний поділ і нова офіційна назва Галичини «Малопольска Всьходня», реорганізація структури органів влади й управління.

Конституція 17 березня 1921 р. і перепис населення цього ж року, закон 26 вересня 1922 р. про автономію Львівського, Станіславського і Тернопільського воєводств і заснування українського університету, парламентські вибори в листопаді 1922 р. Рада послів держав Антанти в Парижі 14 березня 1923 р. визнала приєднання Східної Галичини і Західної Волині до Польської держави, що завершило п'ятилітню боротьбу поляків за міжнародне визнання анексії українських земель.

Однак в умовах інфляції польської марки відбудова українських кооперативів проходили повільно. У 1921-1924 рр. число кооперативів усіх типів, підпорядкованих Ревізійний союз українських кооперативів, збільшилось з 579 до 840. Із стабілізацією злота після грошової реформи 1924 р. число кооперативів збільшилось з 1029 в 1925 р. до 2393 в 1928 р., а за сім післявоєнних років їх кількість зроста в 4 рази, здебільшого за рахунок сільських споживчо-заготівельних кооперативів.

Український громадський діяч Ю. Павликовський писав, що втрата української державності унеможливила для українців самостійно і безпосередньо керувати господарськими справами, впроваджувати в життя засади економічної політики, продиктовані життєвими потребами народу [12, с.36]. Територія Речіпосполитої Польської за переписом 1921 р. становила 386,6 тис.км² з населенням 27177 тис. осіб і середньою густотою 70 осіб. Держава поділялася на 16 воєводств, 276 повітів і вільне місто Варшаву, 12627 громад.

Селянські господарства були основною формою господарювання – 2921,3 тис. (99,5% від загальної кількості господарств). Причому 64,2% господарств (1883,3 тис.) були площею до 5 га. Наймитували 2,8 млн. селян (17%); 43,8% селянських господарств не мали коней, 14,2% – корів, 30,7% – свиней [6, с.65-66].

Впродовж 1925-1929 рр. сформувалась чітка система: Ревізійний союз українських кооперативів – ідейно-організаційний і контролюючий центр; трирівнева кооперація із загального заupu і збуту (сільські кооперативи-крамниці, повітові або окружні союзи кооперативів і «Центросоюз»); дворівневий Крайовий молочарський союз «Маслосоюз» з районними молочарнями; Крайовий союз кредитовий (сільські райфазенки, міські укрінбанки і «Центробанк», який став фінансовим центром західноукраїнської кооперації); Народна торгівля як крайова гуртовня та організаційний центр міських споживчих кооперативів. Механізм співпраці формувався з таких напрямів: створення організаційно-фінансових основ і системи координаційних органів, розробка заходів, які сприяли б піднесенню аграрної культури селянських господарств та їх включенню у ринкові відносини.

З кожним роком розширювалися організаційна і торгівельна діяльність Маслосоюзу і підпорядкованих йому сільських молочарень. Якщо в 1924 р. під його контролем налічувалось 19 низових споживчо-молочарських спілок, то в 1928 р. – 54, а на кінець 1933 р. – уже 120. Споживчо-молочарські кооперативи в районах їхньої діяльності сприяли піднесенню тваринництва в селянському господарстві.

Ініціатива сільських підприємств помітно активізувалась в молочної кооперації, очолюваній Маслосоюзом. В 1926-1936 рр. кількість підконтрольних

йому кооперативів збільшилася з 106 до 148, які разом з прийомними молокопунктами становили 1693 виробничі одиниці і мали 170 тис. членів (близько 20% українських селянських дворів краю). Річний оборот зріс з 10 до 80 млн. злотих, а поставки молока кооперації збільшились, відповідно, з 10,9 млн. до 90 млн. літрів. Молокосоюз мав 5 високопродуктивних заводів. У 1928 р. під його керівництвом діяло 20 маслобоєнь, 13 олійниць, 3 млини, 19 цегельних заводів, 13 черепичних, 2 каменоломні, а в 1938 р. відповідно 27 маслобоєнь, 27 олійниць, 11 млинів, 26 цегельних заводів, 17 черепичних, 4 каменоломні [14, с. 154]. Успішно конкуруючи з польською молочарською кооперацією, він завоював монопольне становище на західноукраїнському ринку, а частина продукції його підприємств ішла на експорт (табл.1).

Таблиця 1

Динаміка зростання обсягів торгівлі української кооперації

Рік	“Маслосоюз”			Союзів кооперативів		
	Збут масла		Доходи, тис. злотих	Загальні обсяги, тис. злотих	з них сільсько- господарських відділів	
	Усього,	Експорт,			тис. злотих	%
1925	164,50	-	860	-	-	-
1926	372,27	13,02	2470	6683	1844	21,57
1927	738,45	18,2	6800	12605	3220	20,4
1928	969,2	6,6	9010	14012	2830	16,5
1929	1615,37	34,74	16850	н.д.	н.д.	н.д.
1930	2169,17	37,4	16210	н.д.	н.д.	н.д.
1931	2428,0	34,6	14690	н.д.	н.д.	н.д.
1932	2140,40	4,5	8110	н.д.	н.д.	н.д.
1933	2073,13	7,8	7280	н.д.	н.д.	н.д.
1934	2452,52	10,12	7730	16,39	4,43	27,03
1935	2809,76	17,9	19300	17,18	5,33	31,02
1936	3389,5	18,0	11140	26,07	10,45	40,08
1937	2881,77	6,47	11200	41,05	20,69	50,0
1938	2947	3,79	12118	н.д.	н.д.	н.д.

Джерело: [3, с.422].

Кооперативи, їх союзи мали споживчий характер, повільно перебудовувались на збутово-постачальницькі. Крім молока, продукти сільського господарства не перероблялись. У 1929 р. 76% від товарообігу «Центросоюзу» і союзів кооперативів припадало на товари домашнього вжитку [10, с. 110].

Добре розбудована українська кооперативна організація успішно конкурувала на ринках з польським капіталом, вплив її керівництва на національно-визвольний рух українців – усе це викликало сильне занепокоєння польських правлячих кіл. У Західній Україні проводилась шовіністична політика Польщі щодо

“українських” кооперативів, і тому кооперативи поділялись за національною ознакою. У 1938 р. в загальній кількості кооперативів Західної України на українські кооперативи припадало 66,3%, руські – 4,3%, польські – 26,9%, єврейські – 2,5%.

Відомий український економіст Туган-Барановський М.І. характеризував кооперацію як підприємство, що має некапіталістичну мету, добровільність устрою. Він говорив: “Кооперативи – це, по суті, єдина форма господарської організації, що виникла в результаті свідомих зусиль багатьох суспільних груп з метою перетворити існуючу систему господарства. Кооперативи є однією із форм самозахисту трудящих класів від натиску капіталу” [14].

Виникнення сучасних сільськогосподарських кооперативів, формування їх основних видів і напрямків відбувалося відносно у стислі історичні строки. У різних країнах члени кооперативів майже інтуїтивно прийшли до необхідності дотримання практично однакових принципів створення і роботи своїх організацій, чим було підтверджено життєздатність загальної концепції кооперативного підприємства. Подальша еволюція кооперативного руху не внесла принципових змін у цю концепцію, а лише своїм досвідом і успіхами підтвердила, що кооперативи в сільському господарстві є невід’ємним елементом ринкової економічної системи.

Встановлено, що розвиток сільськогосподарської кооперації є невід’ємною складовою трансформації сільського господарства до ринкових умов, а ринкова система господарювання не може достатньо ефективно функціонувати, якщо не буде містити кооперативних механізмів самопомоги і самозахисту товаровиробників у складному конкурентному середовищі.

Створення кооперативу передбачає певну послідовність проведення організаційних заходів, що характеризує його як алгоритм створення кооперативу, а головними принципами побудови кооперативних відносин є наступні: демократичне управління; добровільність членства; відкритість і доступність членства для тих, хто визнає статут кооперативу; надання послуг за собівартістю; розподіл прибутків пропорційно до використання послуг його членами; користування послугами своєї організації; контроль за діяльністю кооперативу; виконання рішень загальних зборів.

Функціонування виробничих структур різних організаційно-правових форм господарювання за умов колективних форм організації праці, в тому числі і сільськогосподарських виробничих кооперативів, може бути ефективним лише за умови якісного оновлення внутрішньогосподарських виробничих відносин, впровадження такого механізму їх дій, який дав би змогу відновити ефективну систему організації виробництва й управління, дисципліну й порядок, як один з елементів аграрної реформи. В цьому напрямі особливого значення набуває розробка організаційно-економічних механізмів забезпечення прибутковості новостворених сільськогосподарських виробничих структур різних організаційно-правових форм господарювання. Серед них одним із шляхів є посилення впливу внутрішньогосподарських важелів на кінцеві результати роботи сільськогосподарських підприємств.

Література

1. Бурачек І.В. Виробничі сільськогосподарські кооперативи як нова форма господарювання в АПК / І.В. Бурачек // Організаційно-економічні проблеми розвитку АПК. – К., 2001. – Ч.2. – С. 60-64.
2. Бурачек І.В. Розвиток виробничої кооперації в сільському господарстві України / І.В. Бурачек // Економіка АПК. – 2005. – №1. – С. 31-37.
3. Витанович І. Історія українського кооперативного руху / І. Витанович. – Нью-Йорк : Товариство української кооперації, 1964. – 624 с.
4. Горбонос Ф.В. Виробничі сільськогосподарські кооперативи / Ф.В. Горбонос, Н.Ф. Павленчик // Вісник ЛДАУ : Економіка АПК. – 1999. – №6. – С.32-39.
5. Горбонос Ф.В. Проблеми розвитку кооперації в агропромисловому комплексі України / Ф.В. Горбонос, Н.Ф. Павленчик // Трансформація польського і українського сільського господарства в 90-х роках. – Варшава. – 2002. – С. 49-54.
6. Гросфельд Л. Економические кризисы в Польше / Л. Гросфельд. – М. : Издательство иностранной литературы, 1954. – 304 с.
7. Зіновчук В. Тенденції і перспективи формування кооперативного сектора АПК України у пореформений період / В. Зіновчук // Перспективи кооперації в АПК України в умовах інтеграції в Європейський Союз : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 15-16 вересня 2005 р. – Львів : ЛДАУ, 2005. – С. 94-110.
8. Зіновчук В.В. Організаційні основи сільськогосподарського кооперативу / В.В. Зіновчук. – К. : Логос, 2001. – 380 с.
9. Історія кооперативного руху. Укоопспілка, Львівська комерційна академія / [Бабенко С.Г., Галюк В.Г., Гелів С.Д., Гончарук Я.Н. та ін.]. – Львів : Інститут українознавства НАНУ, 1995. – 410 с.
10. Крайове господарське товариство “Сільський господар” у Львові 1899-1944. Спогади. – Львів : “Сільський господар”, 1944. – 206 с.
11. Нечипоренко О.М. Формування кооперативних підприємств в аграрному секторі економіки / О.М. Нечипоренко. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 172 с.
12. Павликовський Ю. Аграрна справа на Західноукраїнських землях / Ю. Павликовський // Ілюстрований господарський календар “Сільський господар” 1930 р. – Львів : Накладом товариства “Сільський господар”, 1930. – 42 с.
13. Рева-Радіонова Л. Українське товариство “Сільський господар” 1899-1944 рр. Історія. Досвід. / Л. Рева-Радіонова. – Тернопіль : “Підручники і посібники”, 2000 – 368 с.
14. Туган-Барановский М. Социальные основы кооперации. – М. : Слово, 1922. – 552 с.
15. Черевко Г.В. Стратегія і особливості розвитку кооперації в аграрній сфері / Г.В. Черевко // Національний кооперативний рух та структурні зміни в економіці України ХХІ століття : зб. наук. пр. учасників конференції. – К. : Укоопосвіта, 2001. – С. 247-249.

Анотація

Радченко О.І., Шавалюк О.І. Становлення кооперативів у структурі світового сільського господарства. – Стаття.

Досліджено особливості розвитку кооперативів в організаційній структурі світового сільського господарства та розширення напрямків їх діяльності з одночасним поглибленням спеціалізації, формування регіональних, галузевих та національних об'єднань кооперативного руху в міжнародному масштабі.

Систематизовано вітчизняний і міжнародний досвід кооперативного руху у сільському господарстві, з метою виявлення внутрішніх і зовнішніх зв'язків та закономірностей становлення кооперативів в Україні та у світі.

Ключові слова: кооператив, розвиток, кооперація, організаційно-правова структура, світове сільське господарство.

Аннотация

Радченко А.П., Шавалюк А.И. Развитие кооперативов в организационной структуре мирового сельского хозяйства. – Статья.

Исследованы особенности развития кооперативов в организационной структуре мирового сельского хозяйства и расширения направлений их деятельности с одновременным углублением специализации, формирования региональных, отраслевых и национальных объединений кооперативного движения в международном масштабе.

Систематизированы отечественный и международный опыт кооперативного движения в сельском хозяйстве, с целью выявления внутренних и внешних связей и закономерностей становления кооперативов в Украине и в мире.

Ключевые слова: кооператив, развитие, кооперация, организационно-правовая структура, мировое сельское хозяйство.

Annotation

Radchenko O.P., Shavalyuk O.I. The development of cooperatives in the organizational structure of world agriculture. – Article.

The features of the development of cooperatives in the organizational structure of world agriculture and expanding areas of activity while deepening specialization, formation of regional, sectoral and national associations of the cooperative movement internationally.

Systematized domestic and international experience of the cooperative movement in agriculture, in order to identify internal and external relations and regularities of formation of cooperatives in Ukraine and in the world.

Keywords: cooperative, development, cooperation, organization and legal structure, global agriculture.

УДК 657.47.07

Масленніков Є.І.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

КАТЕГОРІЯ ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Під впливом посилення процесів всесвітньої економічної глобалізації успішне функціонування промислового підприємства в великій мірі залежить від рівня його фінансової стійкості. Тільки за умови підтримання рівня фінансової стійкості на прийнятному рівні підприємство може генерувати чинники позитивних кількісних та якісних змін для нормального функціонування в теперішній час і зростання виробничого потенціалу в майбутньому. Тому сьогодні, в умовах конкуренції як з вітчизняними, так і з зарубіжними виробниками, забезпечення фінансової стійкості кожного окремо взятого промислового підприємства є одним із пріоритетних завдань. У цих умовах актуальності набувають дослідження теоретико-методологічних та організаційно-методичних питань забезпечення системи управління фінансовою стійкістю суб'єктів господарювання, дослідження системи інструментів оцінки та аналізу фінансового стану промислового підприємства.

У професійній економічній літературі важко знайти підхід щодо єдиного тлумачення поняття «фінансова стійкість», який вважають загальноприйнятним. Деякі джерела з питань фінансового аналізу це поняття розглядають як один із показників фінансового стану підприємства, який характеризує: стан активів (пасивів) підприємства, що гарантує постійну платоспроможність [3]; такий стан підприємства, коли обсяг його майна (активів) достатній для погашення зобов'язань, тобто підприємство є платоспроможним [4]; стан і структуру активів організації, їх забезпеченість джерелами [5].

Тобто можна зазначити, що більшість науковців асоціюють сутність поняття «фінансова стійкість» зі станом і структурою активів і пасивів, що ґрунтується на загальноприйнятому визначенні фінансів як системи економічних відносин, які виникають у процесі формування, розподілу та використання грошових ресурсів підприємства. Але варто зазначити, що фінанси мають під собою набагато глибший економічний зміст. Вони є «відносно самостійною сферою системи фінансів держави, що охоплює широке коло грошових відносин, пов'язаних із формуванням і використанням капіталу, доходів, грошових активів у процесі кругообігу їх коштів і виражених у вигляді різних грошових потоків» [6].

Сьогодні загальноприйнята система фінансових відносин дещо змінилась, вона постійно модифікується та доповнюється елементами фінансових відносин, що впливають на потоки грошових коштів в цілому. Спостерігається постійний зв'язок промислового підприємства з постачальниками і покупцями з питань забезпечення виконання зобов'язань; інвесторами (акціонерами, учасниками, власниками); з державою – при сплаті податків і зборів до відповідних бюджетів; з

кредитними установами – при одержанні і погашенні кредитів, страхових платежів тощо. Також потрібно зазначити, в ринкових умовах з'являються і нові суб'єкти даних відносин, що функціонують для вирішення питань банкрутства, реорганізації підприємств (злитті, поглинанні, об'єднанні, розподілі та інші).

Фінансові відносини, що виникають між суб'єктами господарювання в процесі їх діяльності, найчастіше пов'язані з процесами формування, розподілу, перерозподілу та використання капіталу, доходів, фондів та резервів. Таке поєднання фінансових процесів визначає його фінансову стійкість. Тому узагальнюючим параметром фінансового стану підприємства, що характеризує його якісну та кількісну сторону, та відображає зміни фінансових відносин під впливом різноманітних факторів, називають фінансовою стійкістю.

Фінансова стійкість – визначення, що має комплексний характер та знаходиться під впливом різноманітних фінансово-економічних процесів. Формування фінансової стійкості підприємства можна представити у наступному вигляді (рис.1)

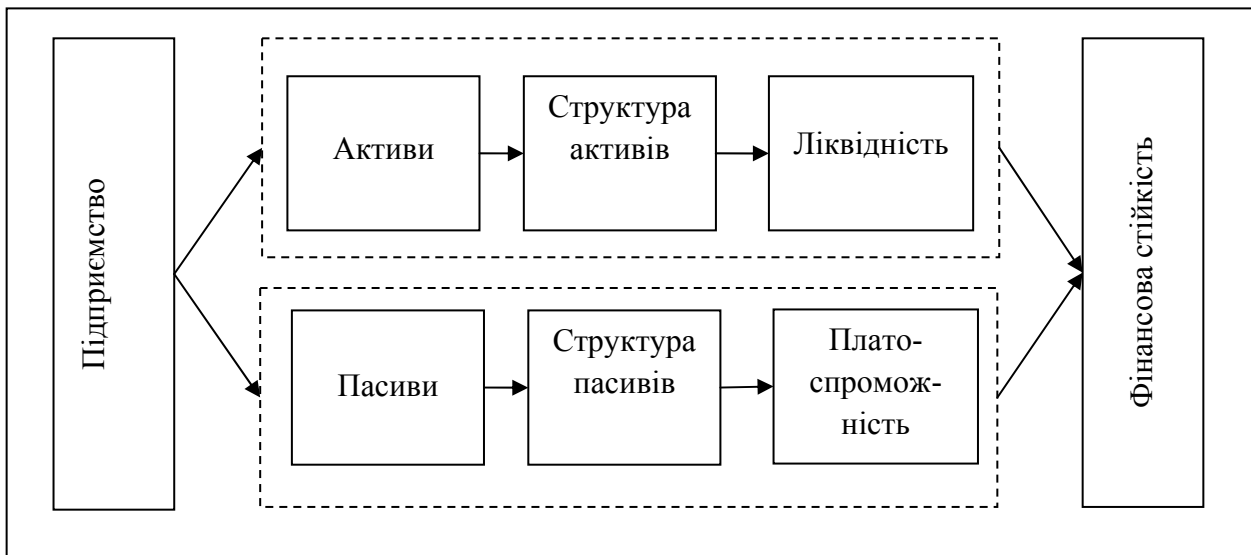


Рисунок 1. Формування фінансової стійкості підприємства

У зв'язку з тим, що науковці досі не визначили єдиного підходу щодо трактування сутності фінансової стійкості підприємства, відсутній загальноприйнятий підхід і відносно показників цього поняття. Економічна література розглядає широкий спектр інструментів оцінки фінансової стійкості як показника фінансового стану підприємства. Найчастіше інструментами фінансової стійкості називають платоспроможність, ліквідність та фінансову незалежність (автономію). Майже така ж ситуація і щодо інструментів фінансового стану підприємства. До них відносять: прибутковість, рентабельність, ліквідність, платоспроможність, ділову активність, ринкову активність, фінансову стійкість, коефіцієнт маневреності, коефіцієнт покриття тощо. Крім того кожному блоку показників виділяються ще окремі показники.

Також для аналізу фінансового стану складають аналітичний баланс, за даними якого визначаються показники фінансової тривалості [7].

Офіційними методичними матеріалами для оцінки фінансового стану підприємств рекомендовано використовувати наступні показники:

- оцінку майнового стану підприємства та динаміку його зміни;
- аналіз фінансових результатів діяльності підприємства;
- аналіз ліквідності;
- аналіз ділової активності;
- аналіз платоспроможності (фінансової стійкості);
- аналіз рентабельності.

Слідкування та відповідність вимогам ринку стимулює промислові підприємства постійно працювати над вдосконаленням діяльності, впровадженням досягнень науково-технічного прогресу, новітніх форм господарювання та управління, що дає гарантії підвищення фінансової ефективності та конкурентоспроможності. Тому важливим аспектом введення таких інновацій є наявність обґрунтованих доказів щодо доцільності та реальності їх впровадження, готовності промислового підприємства нести відповідні витрати та забезпечити їх підтримку в процесі реалізації. Саме фінансова оцінка діяльності промислового підприємства дає змогу отримати об'єктивну оцінку його фінансового стану і фінансових результатів, змін в активах, власному капіталі і зобов'язаннях, обґрунтовує стратегію розвитку, коригує плани та рішення, дає змогу контролювати їх виконання, виявляти проблемні місця та фінансові резерви.

Основними задачами оцінки фінансового стану підприємства являються:

- визначення вартості майна підприємства і змін в ньому;
- оцінка ліквідності і фінансової стійкості підприємства;
- оцінка оборотності оборотного капіталу та встановлення факторів пришвидшення (уповільнення) його оборотності;
- вивчення стану і динаміки розрахунково-платіжної дисципліни, перевірка виконання зобов'язань за платежами в бюджет і банки;
- оцінка платоспроможності і кредитоспроможності, використання підприємством кредиту, його забезпеченості та ефективності.

По суті, це – критерії оцінки ефективності діяльності підприємства, так як зазвичай характеризують ступінь досягнення головної цілі його діяльності у зіставленні із понесеними витратами.

В даний час не існує відповідних теорій, що визначають поняття життєздатності суб'єкта господарювання. Немає науково обґрунтованої відповіді на питання, що слід рахувати закінченням діяльності підприємства – повну втрату ним майна, або втрату персоналу, або припинення отримання позитивного фінансового результату, або припинення випуску продукції, або його ліквідацію як юридичної особи.

На нашу думку, у найбільшій мірі змісту категорії «втрата підприємством життєздатності» відповідає його ліквідація як юридичної особи.

Дійсно, у результаті реалізації ліквідаційної процедури підприємство зникає не тільки як юридичний суб'єкт, але й як майновий комплекс та виробнича одиниця. Слід відмітити, що запропонований підхід є найлогічнішим та відповідає офіційній цільовій спрямованості процедури ліквідації.

Слід виділити неекономічні та економічні причини ліквідації підприємства як юридичної особи.

До неекономічних причин, встановлених Господарським кодексом України, відносять: закінчення строку, на який було створено юридичну особу, ведення діяльності, забороненою законом та ін. [1].

Основні серед економічних причин:

- ліквідація підприємства враховуючи його економічну неефективність;
- ліквідація підприємства зважаючи на його банкрутство.

Рішення про ліквідацію неефективного підприємства приймається, як правило, його власником і здійснюється у відповідності з процедурами, передбаченими Господарським кодексом України [1].

Проте найчастіше підприємства ліквідують внаслідок їх банкрутства. Жодне з них не застраховане від цієї процедури. В умовах ринку банкрутство – це спосіб самоочищення економіки, результатом природного відбору. Ліквідуються близько 80% підприємств, по відношенню до яких застосовується закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» [2].

С.В. Моїсеїв і В.І. Терехін вважають нормальним рівень банкрутства у 2-6 % усіх фірм у рік [8].

Найпоширенішою моделлю оцінки ймовірності банкрутства, що застосовується зарубіжними підприємствами, є модель, що була розроблена Е. Альтманом і У. Бівером. Найбільш простою з методик діагностики банкрутства є двофакторна математична модель, при побудові якої враховується всього два показники: коефіцієнт ліквідності та питома вага позикових коштів у пасивах.

У 1978 році Е. Альтман розробив подібну, але більш точну модель, що дозволяє прогнозувати банкрутство на п'ять років з точністю до сімдесяти відсотків.

У цій моделі використовуються такі показники:

- рентабельність активів;
- динаміка прибутку;
- коефіцієнт покриття відсотків;
- відношення накопиченого прибутку до активів;
- коефіцієнт ліквідності;
- частка власних коштів у пасивах;
- вартість активів підприємства.

У. Бівер запропонував п'ятифакторну систему для оцінки фінансового стану підприємства з метою діагностики банкрутства, що містить такі індикатори:

- рентабельність активів;
- питома вага позикових коштів у пасивах;
- коефіцієнт ліквідності;
- частка чистого оборотного капіталу в активах;
- коефіцієнт Бівера = (чистий прибуток + амортизація) / позикові кошти.

Р.С. Сайфулін і Г.Г. Кадиков запропонували використовувати для оцінки фінансового стану підприємств рейтингове число:

$$R = 2K_o + 0,1K_{пл} + 0,08K_{oa} + 0,45K_m + K_{np} \quad (1)$$

де K_o – коефіцієнт забезпеченості власними коштами;

$K_{пл}$ – коефіцієнт поточної ліквідності;

Koa – коефіцієнт оборотності активів;

Km – комерційна маржа (рентабельність реалізації);

Knp – коефіцієнт приросту.

У відповідності до Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» ознакою банкрутства вважається неспроможність підприємства задовольнити потреби кредиторів по грошовим зобов'язанням та (або) виконати обов'язки по виплаті обов'язкових платежів, якщо відповідні зобов'язання та (або) обов'язки не виконані ним на протязі трьох місяців з моменту настання дати їх виконання. До складу грошових зобов'язань включається заборгованість за передану продукцію (товари), виконані роботи, надані послуги, суми позик з врахуванням відсотків, заборгованість по сплаті податків і зборів (обов'язкових платежів). Не враховуються нараховані штрафні санкції, зобов'язання перед фізичними особами за заподіяну шкоду їх життю і здоров'ю, а також по виплаті авторської винагороди, зобов'язання по виплаті дивідендів засновникам.

Сформульоване в законі і приведене вище визначення ознаки неспроможності можна описати аналітичною формулою (2).

$$Kn = Ad/O_n < 1 \quad (2)$$

де O_n – вартість боргів підприємства, що підлягають погашенню, грн.

Ad – сума грошових коштів та інших активів, які повинні бути передані кредиторам у погашення боргів перед ними, грн.

Видно, що у формулі вартість зобов'язань протиставляється вартості активів. По суті, ця модель є показником ліквідності.

Втрата ліквідності підприємства є безпосередньою причиною його банкрутства. Якщо підприємство неліквідне, тобто неплатоспроможне тривалий час, то за пропозицією органів управління підприємством або кредиторів оголошується судовий розгляд щодо платоспроможності підприємства.

В багатьох дослідженнях розглядаються два основних аспекти втрати ліквідності підприємства: фінансовий та економічний.

Фінансовий аспект пов'язаний з такими факторами, як регулювання потоків грошових коштів, грошова дисципліна та інші. Економічний аспект проблеми пов'язаний з поясненням економічних причин втрати ліквідності.

Спроби наукового доказу зв'язку збитковості і низької ліквідності можна знайти в різних роботах. Їх автори показують, як у результаті збиткової діяльності погіршується структура звіту про фінансовий стан підприємства, що автоматично позначається на рівні показників ліквідності, які розраховуються на його основі. Необхідність аналізу стану ліквідності підприємств у ринкових умовах зумовлюється насамперед тим, що жодне з них у цих умовах не застраховане від банкрутства – становища, коли воно не може розрахуватися за своїми боргами і зазнає фінансового краху.

Із сказаного видно, що збереження ліквідності являє собою важливу умову нормальної діяльності підприємства, його фінансової стійкості, основним напрямом протидії банкрутству.

Фінансова стійкість є комбінацією фінансової рівноваги та зростання цінності капіталу, забезпечується раціональним використанням активів підприємства та людських ресурсів. Фінансову рівновагу і зростання цінності капіталу не можливо розглядати ізольовано. На практиці, як показали наші дослідження, вони існують в органічній єдності. Будь-яке промислове підприємство включає в якості невід'ємної складової частини свого господарського механізму складні фінансово-економічні утворення, форми явища, що представляють собою важливий фактор стабільного розвитку своєї діяльності. Складне і різноманітне коло проблем, що відносяться до управління фінансовою стійкістю, вимагає максимальної чіткості, організованості, раціональності всіх без винятку елементів, з яких складаються функції управління сучасним промисловим підприємством. Видові особливості форм і технічні засоби управління визначаються тим, який предмет управління і в якій системі воно здійснюється. Це не означає, що не існує загальних принципів, закономірностей управління, що відносять до всіх його різновидів. Цю групу закономірностей розглядає кібернетика, яка виходячи із загального, що має універсальне значення, поняття управління, формує принципи, застосовувані до якісно своєрідної системи. Вчені економісти торкнулися лише загальних принципів управління підприємством, не уточнюючи при цьому його фінансового здоров'я. На нашу думку, управління економічними системами завжди здійснюється на основі деякого критерію виживання – що визначається параметром фінансової стійкості.

На нашу думку, для фінансової стійкості промислового підприємства, єдність і цілісність її елементів є основою фінансово-економічного благополуччя і спроможності. Якщо відбудеться поточний збій або невідповідність у взаємодії інструментів, які забезпечують зростання цінності капіталу, то будуть потрібні значні зусилля для стратегічної фінансової рівноваги в перспективі.

Одним з елементів фінансової стійкості є платоспроможність. Платоспроможність по відношенню до фінансової стійкості підприємства розглядається з різних точок зору. Одна з них, це визначення платоспроможності як можливості забезпечувати фінансову стійкість підприємства за рахунок своєчасного і повного виконання платіжних зобов'язань, які впливають з товарних, кредитних та інших операцій грошового характеру.

Фінансова стійкість через платоспроможність впливає на форми і умови комерційних угод і умови поповнення оборотних коштів. В платоспроможності відображається співвідношення між платежами підприємства та грошовими надходженнями.

Інша точка зору дослідження платоспроможності по відношенню до фінансової стійкості є визначення її можливості погашати боргові зобов'язання промислового підприємства. В цьому випадку платоспроможність виражається ліквідністю, яка відображає здатність промислового підприємства в будь який момент здійснювати необхідні платежі. Ліквідність залежить від величини заборгованості, а також від структури та обсягу ліквідних активів. Нездатність промислового підприємства погасити свої зобов'язання перед кредиторами призводить його до банкрутства. В цьому випадку фінансова стійкість виступає в якості бар'єру банкрутства і забезпечує виконання майнових претензій в разі їх виникнення. Дві точки зору не є суперечливими у сфері фінансової стійкості промислового підприємства.

ства. Вони доповнюють один одного і характеризують фінансову стійкість в різних фінансових ситуаціях.

У фінансовій стійкості, як було зазначено вище, відображаються результати операційної, фінансової та інвестиційної діяльності промислових підприємств. Фінансова стійкість представляє системний процес взаємодії цих трьох результатів з урахуванням зворотного зв'язку. Через управління оборотними активами промислового підприємства фінансова і економічна стійкість забезпечують досягнення максимального доходу на вкладений капітал. Дотримання фінансової рівноваги, яка встановлюється обмеженнями фінансового та економічного характеру, дозволяє фінансовій стійкості забезпечити оптимальне зростання доходу промислового підприємства з урахуванням його стратегії розвитку.

Таким чином, на нашу думку, фінансову стійкість промислового підприємства можливо охарактеризувати як цілісну, логічну систему функцій і дати їй наступне визначення.

Фінансова стійкість промислового підприємства – це системний процес діяльності підприємства, який відображається в здатності його погасити свої зобов'язання у встановлені терміни та забезпечити зростання дисконтованого сукупного доходу і фінансову рівновагу.

В свою чергу, управління фінансовою стійкістю – це забезпечення планового порядку зростання вартості капіталу промислового підприємства для системи його платоспроможності.

Література

1. Господарський кодекс України (Редакція від 01.01.2014) від 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВРУ). – Оф. вид. № 18, № 19-20, № 21-22, від 2003 р., ст. 144. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Закон України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» від 14 травня 1992 року N 2344-XII (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 31, ст.440. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>.
3. Шаблиста Л. М. Фінансова стійкість підприємства : сутність і методи оцінки // Економіка підприємства. – 2006. – №2. – с.46-57.
4. Бланк І.А. Фінансова стратегія підприємства / І.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2006. – 520 с.
5. Макарьєва В.И., Андреева Л.В. Анализ хозяйственной деятельности организации. – М. : Фининсы и статистика, 2004. – 262 с.
6. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 208 с.
7. Миронов О.Г. Показники та критерії ефективності при прогнозуванні розвитку промисловості / О.Г. Миронов // Фінансова консультація. – 2000. – № 39-40. – С. 24-27
8. Надтока Т.Б. Соціальний розвиток промислового підприємства та механізми його управління [монографія] / [Т.Б. Надтока, Г.А. Какуніна, О.В. Мартякова та ін.] ; за заг. ред. О.В. Мартякової. – Донецьк : Вид-во ДонНТУ, 2011. – 744 с.
9. Масленников Є.І. Елементи системи управління фінансовою стійкістю промислового підприємства / Є.І. Масленников // Економіка. Фінанси. Право. – 2014. – № 12/1. – С. 25-28.

Анотація

Масленніков Є.І. Категорія фінансова стійкість в системі управління підприємством. – Стаття.

У даній статті розглянуто категорія фінансова стійкість в системі управління підприємством. Досліджено етапи формування фінансової стійкості. Визначені основні показники, які впливають на фінансову стійкість підприємства.

Ключові слова: фінансова стійкість, управління фінансовою стійкістю, ліквідність, платоспроможність.

Аннотация

Масленников Е.И. Категория финансовая стойкость в системе управления предприятием. – Статья.

В данной статье рассмотрена категория финансовая стойкость в системе управления предприятием. Исследованы этапы формирования финансовой стойкости. Определенные основные показатели, которые влияют на финансовую стойкость предприятия.

Ключевые слова: финансовая стойкость, управление финансовой стойкостью, ликвидность, платежеспособность.

Annotation

Maslennikov E.I. The category of financial stability in the enterprise management system. – Article.

The category of financial stability in the enterprise management system is analysed. The stages of forming of financial stability are investigated. Certain basic factors that affect the financial stability of the company.

Keywords: financial stability, management of financial stability, liquidity, solvency.

УДК 65.011

Лантєва В.В.,

кандидат економічних наук,

ст. викладач кафедри економіки та фінансів підприємства

Київського національного торгово-економічного університету

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ

Одним із найбільш вагомих елементів системи інноваційного процесу є інноваційний потенціал, який відображає здатність до удосконалення чи оновлення системи і визначає технічне лідерство. Існує велика кількість визначення інноваційного потенціалу [1, 2]. Автор притримується наступного формулювання: інноваційний потенціал – це не тільки можливість створення новацій, здійснення інновацій, але і готовність сприйняти ці нововведення для подальшого ефективного використання на рівні, відповідному світовому.

Величина інноваційного потенціалу є параметром, який дозволяє підприємству оцінити можливості інноваційної діяльності і визначити стратегію інноваційного розвитку. Від стану інноваційного потенціалу залежать управлінські рішення, з приводу вибору і реалізації інноваційної стратегії, тому необхідна його комплексна оцінка.

В літературі виділяють два підходи до оцінки інноваційного потенціалу:

- детальний, при якому інноваційний потенціал оцінюється за системою показників з метою виявлення можливості реалізації конкретного проекту;
- діагностичний, що полягає в аналізі стану підприємства по ряду зовнішніх і внутрішніх параметрів, в основному експертними методами.

Нерідко пропонувані методи оцінки інноваційного потенціалу не відображають його структури, тому аналіз виходить неповним.

На думку автора, інноваційний потенціал підприємства має сегментарну структуру (рис.1).

Кожна складова інноваційного потенціалу оцінюється за рядом параметрів, частина яких наведена нижче.

1. Виробничо-технологічний потенціал включає застосовувані технології і їх тип; стан основних виробничих фондів; технологічне обслуговування; комп'ютерні системи; обладнання і матеріали; систему якості і т.д.

При оцінці виробничо-технологічного важливим є технічний рівень створеної інноваційної продукції, який можна визначити, використовуючи наступні показники виробничого обладнання:

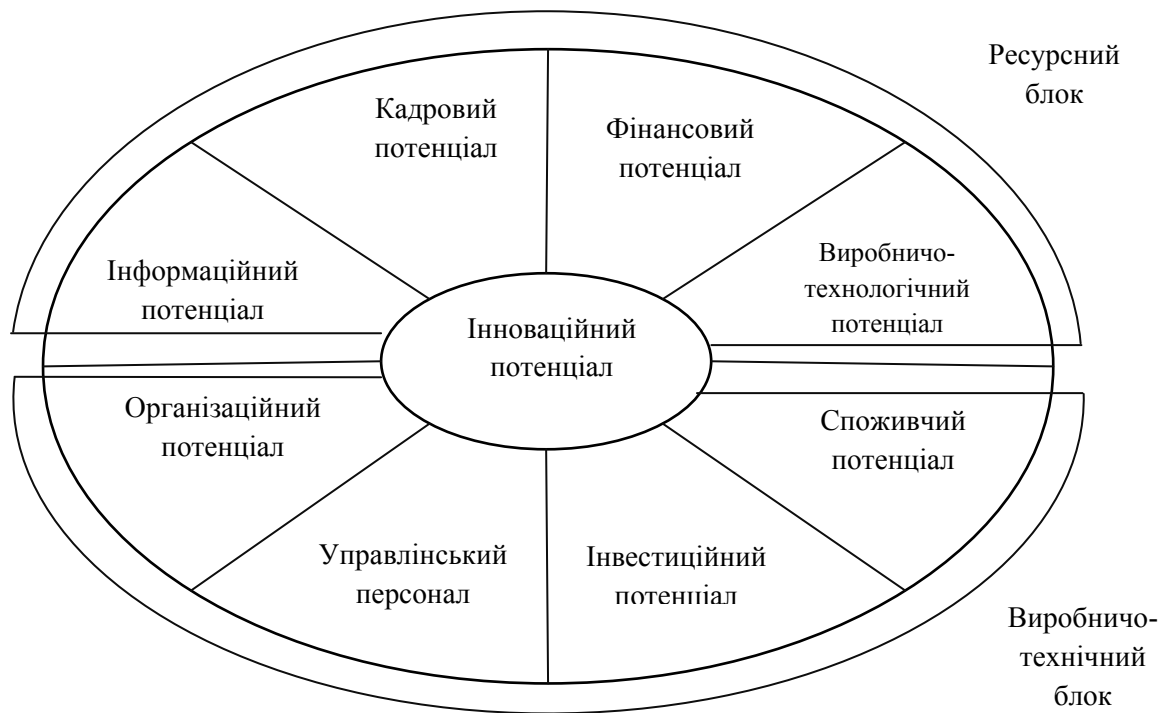


Рисунок 1. Структурна схема інноваційного потенціалу

1-1. Коефіцієнт прогресивності обладнання:

$$K_{np} = ОПФ_{БПР} / ОПР_{ФБ}, \quad (1)$$

де ОПФ_{БПР} – балансова вартість прогресивного обладнання на кінець аналізованого періоду, грн.; ОПФ_{ФБ} – балансова вартість всього обладнання на кінець аналізованого періоду, грн.

1-2. Коефіцієнт модернізації обладнання :

$$K_{mo} = ОПФ_{МО} / ОПФ_{ФБ}, \quad (2)$$

де ОПФ_{МО} – балансова вартість модернізованого обладнання, грн.

1-3. Питома вага обладнання з терміном експлуатації до 10 років:

$$У_{ОБ_{10}} = \frac{K_{ОБ_{10}}}{K_{ОБ_{\Sigma}}}, \quad (3)$$

де $K_{ОБ_{10}}$ – кількість одиниць обладнання з терміном експлуатації до 10 років, шт.; $K_{ОБ_{\Sigma}}$ – загальна кількість одиниць обладнання, шт.

1-4. Кількість інноваційних заходів, направлених на підвищення ефективності виробництва, шт.

1-5. Коефіцієнт зносу:

$$K_{зносу} = \frac{Изн_{\Sigma}}{ПБС}, \quad (4)$$

де $I_{зн}_{\Sigma}$ – накопичена сума зносу, грн.; ПБС – первісна балансова вартість, грн.

2. Кадровий потенціал характеризує забезпеченість інноваційного процесу людськими ресурсами, кваліфікаційну і вікову структуру персоналу, задіяного в створенні і розповсюдженні інновацій. Кадровий потенціал визначають наступні показники:

2-1. Чисельність, структура і склад персоналу:

$$Ч_{\text{ИП}_1} = \frac{Ч_{\text{ИП}}}{Ч_{\text{П}}} 100\%, \quad (5)$$

де $Ч_{\text{ИП}_1}$ – частка персоналу, задіяного в інноваційних проектах підприємства, чол.; $Ч_{\text{ИП}}$ – загальна кількість персоналу, задіяного в інноваційних проектах підприємства, чол.; $Ч_{\text{П}}$ – середньооблікова чисельність персоналу по підприємству, чол.

При цьому більше значення має частка науково-технічних спеціалістів в загальній чисельності персоналу, задіяного в інноваційних проектах підприємства:

$$Ч_{\text{НТС}_1} = \frac{Ч_{\text{НТС}}}{Ч_{\text{ИП}}} 100\%, \quad (6)$$

де $Ч_{\text{НТС}_1}$ – кількість науково-технічних спеціалістів (розробників), чол.

Для більшості промислових підприємств характерною рисою є старіння наукових кадрів, середній вік яких постійно росте. Саме тому показник віку персоналу, задіяного в системі інноваційного потенціалу, доцільно включити в методику оцінки.

2-2. Питома вага науково-технічних спеціалістів старше 50 років в загальній кількості науково-технічних спеціалістів, зайнятих інноваційними розробками, які оцінюються як:

$$B_1 = \frac{B}{Ч_{\text{НТС}}} 100\%, \quad (7)$$

де B – чисельність науково-технічних спеціалістів старше 50 років, чол.

2-3. Рівень кваліфікації використовуваної праці, яку можна оцінити як:

$$KB_{\text{НТС}} = \frac{Ч_{\text{НТС}}^y}{Ч_{\text{НТС}}} 100\%, \quad (8)$$

де $KB_{\text{НТС}}$ – кваліфікаційний рівень науково-технічних спеціалістів, чол.; $Ч_{\text{НТС}}^y$ – чисельність науково-технічних спеціалістів, які мають вчений ступінь, звання, чол.

Велике значення для підприємства має бажання і можливість працівників підвищувати кваліфікацію, перенавчатися, їх питома вага в загальній кількості персоналу ($Ч_{\text{заг}}$).

$$K_1 = \frac{Ч_{\text{підв.квал}}}{Ч_{\text{заг}}}, \quad (9)$$

де K_1 – частка працівників, які пройшли професійну підготовку і підвищили свою кваліфікацію, в загальній чисельності працівників; $Ч_{\text{підв.квал}}$ – кількість працівників, котрі пройшли професійну підготовку і котрі підвищили свою кваліфікацію, чол.

2-3. Система оплати праці, мотивації.

Одним із важливих факторів мотивації праці персоналу, який займається розробкою новачій, є рівень заробітної плати, тому необхідна оцінка середнього рівня заробітної плати науково-технічних спеціалістів по відношенню до середнього рівня заробітної плати по підприємству.

3. Інформаційний потенціал оцінюється наступними показниками:

3-1. Сукупністю інформації про інноваційну діяльність, науково-технічної, правової літератури.

3-2. Інноваційними можливостями в галузі комунікації; комп'ютерними системами.

3-3. Системою захисту інформації і т.д.

Інформація повинна мати наступні характеристики: своєчасність, доступність, надійність, комплексність, правова коректність, актуальність. Під час проектування системи захисту інформації потрібно враховувати існування промислового шпигунства – отримання інформації (зазвичай конфіденційної) про конкурентів з метою підтримання чи збільшення прибутку фірми шляхом розробки і застосування проти них відповідних стратегій.

4. Фінансовий потенціал оцінюється в два етапи.

1). Попередня оцінка інноваційного проекту, де досліджуються:

4-1. Витрати на розробку чи придбання проекту.

4-2. Витрати на реалізацію проекту (придбання обладнання, реконструкцію будівель, споруд, налагодження, запуск, освоєння).

4-3. Початковий оборотний капітал.

4-4. Поточні затрати на виробництво продукції за проектом до перших результатів її реалізації.

4-5. Доходи від проекту, які можуть включати, крім доходів від реалізованої продукції, доходи від застарілої техніки, обладнання, непотрібних вузлів, деталей, частини запасів та ін.

2). Оцінка фінансового стану підприємства проводиться на основі оцінок наступних показників:

4-6. Платоспроможності (для її оцінки доцільно застосовувати коефіцієнт ліквідності і покриття).

4-7. Кредитоздатності.

4-8. Фінансової стійкості.

4-9. Рівня рентабельності активів і власного капіталу (його оцінка необхідна для виявлення додаткових можливостей підприємства).

В залежності від використаної підприємством інноваційної стратегії (наступальної, оборонної, імітаційної) і типів нововведень ризику поділяються на декілька видів:

- за продуктом (існуючий/новий);
- ринком (існуючий/ новий);
- технологіями (існуюча/ нова).

Для визначення фінансового сегменту інноваційного потенціалу підприємства доцільно застосовувати також групу показників, які відносяться безпосередньо до структури витрат на інноваційну діяльність. Як відомо, між затратами на інноваційну діяльність і її результатами часто прослідковується пряма залежність. Для оцінки затратних показників інноваційного потенціалу часто пропонують використовувати частку:

4-10. Сумарних витрат на НДДКР і придбання технологій в сумарних затратах на виробництво за аналізований період.

4-11. Витрат на НДДКР в загальному обсязі витрат на виробництво.

На основі характеристик показників можна зробити висновки про технологічність промислового підприємства і стан відтворювального потенціалу.

5. Інноваційний потенціал опирається на ресурсний блок, з яким тісно пов'язаний. Він включає винаходи, товарні знаки, промислові зразки, ноу-хау; нововведення, які можуть бути запропоновані до використання; інвестиційні програми і проекти, і також мережа інноваційних, науково-дослідних закладів, з якими співпрацює підприємство.

Розмір виробничо-технічного сегменту доцільно визначати як кількість новацій, які фактично можуть бути використані підприємством в сфері практичного застосування.

Для оцінки інноваційного потенціалу рекомендується використовувати наступні показники:

5-1. Середня тривалість розробки однієї новації:

$$B_{\text{созд}} = \frac{\sum_{i=1}^N \Pi_i}{N}, \quad (10)$$

де $B_{\text{созд}}$ – середня тривалість розробки однієї новації (винаходу, технічного рішення, ідеї), завершеного в аналізований період; N – загальна кількість створених в результаті проведення власних НДДКР новацій за аналізований період; Π – час, витрачений на створення i -ї новації.

Інноваційний потенціал підприємства повинен забезпечувати не тільки розробку новацій, але і їх впровадження в сферу практичної реалізації. Відомо, що лише 10-30% ідей можуть стати винаходами, а 0,5 – 3,5% винаходів здатні окупилися. Чим більша кількість науково-технічних розробок відносно їх загальної кількості знаходять практичне застосування, тим ефективніше використовується інноваційний потенціал підприємства. Таким чином, результативність засвоєння новацій оцінюється відношенням числа впроваджених і загальної кількості розроблених новацій.

5-2. Результативність освоєння (впровадження) новацій:

$$P_{BH} = \frac{\sum_{i=1}^N K_t^{впрв.нов.}}{\sum_{i=1}^T K_t^{розроб.нов.}}, \quad (11)$$

де $K_t^{розроб.нов.}$, $K_t^{впрв.нов.}$ – число впроваджених і розроблених новацій за t – год.
Середня тривалість освоєння однієї новації:

$$B_{oc} = \frac{\sum_{i=1}^N B_i}{N}, \quad (12)$$

де B_i – час, витрачений на впровадження i -ї новації (винаходу, технічного рішення, ідеї).

При розрахунку цього показника суперечливим є визначення моменту переходу розробки із новації в інновацію. Прийнято вважати для продукції виробничого призначення даним моментом дату початку промислової експлуатації, для споживчої продукції – дату реалізації першої одиниці (партії) товару. Цей показник необхідний для комплексної оцінки інноваційних можливостей підприємства, так як скорочення інноваційного лагу новацій все більш актуальне в теперішній час.

5-3. Кількість напрямків, за якими здійснені науково-дослідницькі і дослідно-конструкторські роботи.

5-4. Частка інноваційної продукції в загальному обсязі виробництва.

Без цих сегментів неможливе перетворення новацій, отриманих як результат роботи, в нововведення.

6. Організаційний потенціал включає організацію процесів планування, прийняття рішень, контролю, системи комунікацій, збуту; мережу науково-технічних закладів, проектно-конструкторських, інноваційних підприємств, з якими співпрацює аналізований об'єкт.

При аналізі організаційної складової інноваційного потенціалу оцінюються наступні показники:

6-1. Конфігурація (ланки, діапазон і рівні управління).

6-2. Якість внутрішніх і зовнішніх вертикальних і горизонтальних, прямих і зворотних зв'язків.

6-3. Відносини (розподіл прав і відповідальності за ланками).

7. Управлінський потенціал включає сучасні форми управління інноваційною діяльністю; оптимальні організаційну структуру і систему менеджменту; систему стратегічного і тактичного планування, спільну організованість, моделі коректування на етапах розвитку і змін, методи і порядок контролю.

8. Інвестиційний потенціал підприємства: параметрами можливих вкладів засобів в основні виробничі фонди, оборотні ресурси; оцінкою інвестиційних ризиків; структурою інвесторів; системою фінансової мотивації.

9. Споживчий сегмент інноваційного потенціалу є одним із найбільш важливих його компонентів. Саме в ньому оцінюється, наскільки дана новація потрібна споживачу, і чи буде вона мати можливість подальшого розповсюдження і використання.

Споживчий сегмент включає всіх юридичних і фізичних осіб, які, з однієї сторони, є споживачами інновацій, а з іншої – ініціюють їх появу через попит; по-

тенціал маркетингу, де оцінюються можливості даної новації, відбувається пошук ринків збуту, сервісне обслуговування і реклама.

Споживчий потенціал пропонується оцінювати за наступними показниками:

9-1. Об'єм реалізації продукції у вартісному вираженні і асортименті.

9-2. Основні постачальники сировини, споживачі продукції.

9-3. Основні ринки збуту, остатки готової продукції на складі в вартісному і натуральному вираженні.

9-4. Максимальна і мінімальна межі цін продукції, що випускається.

9-5. Конкурентна стратегія.

В зв'язку з тим, що інноваційний потенціал розглядається як здатність і готовність підприємства до виробництва новацій і нововведень, запропоновану схему (рис. 1) потрібно доповнити елементами (рис. 2).

Портфель новацій може складатися з новацій в будь-яких сферах діяльності фірми. Вони можуть бути купленими або власної розробки, підлягати продажу чи впровадженню на підприємстві. Якщо портфель новацій представляє собою своєрідний доробок чи готовність підприємства до використання наявних ресурсів, новацій, потенціалів, то портфель нововведень показує наскільки це можливо, тобто виражає здатність підприємства до реалізації цих новацій.

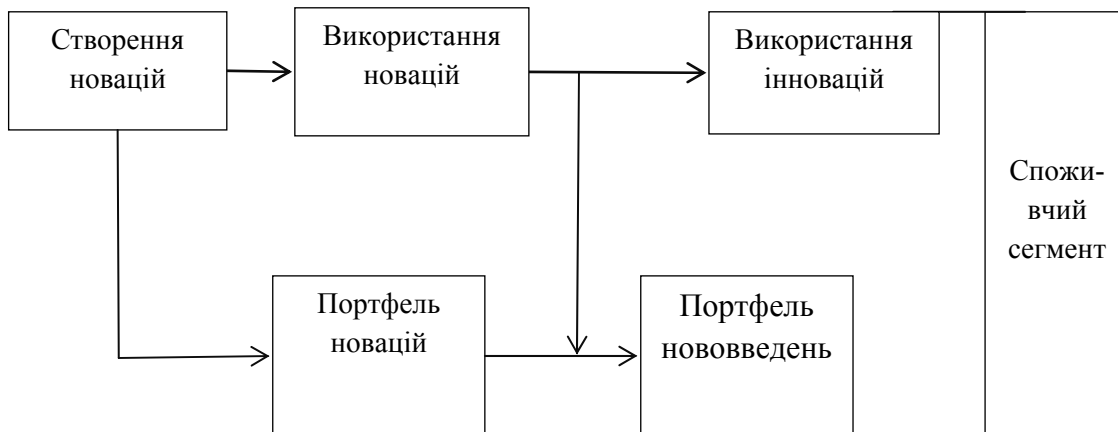


Рисунок 2. Процесна схема інноваційного потенціалу

При дослідженні інноваційного потенціалу підприємств регіону запропоновану методику рекомендується доповнити серією анкет, призначених для з'ясування факторів, що перешкоджають розвитку інноваційної діяльності, збору пропозицій з приводу покращення регіональної інфраструктури, законодавства. Отримані дані слід проаналізувати за допомогою різноманітних методик (ранжування, прогноз, SWOT-аналіз), а про результати повідомити відповідні органи адміністрації для розробки і своєчасного коригування регіональної програми інноваційного розвитку Одеської області. З цією ж ціллю пропонується вивчати і враховувати досвід інших регіонів України в реалізації інноваційного потенціалу.

В цілому інноваційний потенціал регіону не зводиться до простої суми інноваційних потенціалів підприємств. Він є системою, яка володіє емерджентними властивостями. Функцією регіональних органів управління в даному випадку є повноцінна адекватна реалізація цих властивостей, забезпечення взаємозв'язків

між підприємствами, вищою школою і науковими установами, фінансово-кредитними інститутами, органами управління областю.

Література

1. Атоян В.Р. Инновационный комплекс региона: проблемы становления и развития/ В.Р. Атоян, Г.И. Жиц. – Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, 2003. – С. 90-93.
2. Карпов Э.А. Управление инновационным потенциалом промышленных предприятий/ Э.А. Карпов, Е.П. Ченцова, А.В. Черезов – Старый Оскол: ТНТ, 2001. – С. 16.
3. Киселёв М.Ю. Оценка финансового инновационного потенциала промышленных предприятий / М.Ю. Киселёв // ЭКО Всероссийский экономический журнал. – 2001. – № 3. – С. 42 – 49.

Анотація

Лаптева В.В. Оцінка потенціалу промислового підприємства в інноваційному розвитку. – Стаття.

Проаналізовано поняття «інноваційний потенціал промислового підприємства», запропоновані його структурна схема та методичні основи оцінки. Запропоноване уявлення структури інноваційного потенціалу і параметрів його оцінки забезпечує глибокий, комплексний аналіз інноваційного потенціалу.

Ключові слова: потенціал, підприємство, коефіцієнт, методика, інновації.

Аннотация

Лаптева В.В. Оценка потенциала промышленного предприятия в инновационном развитии. – Статья.

Проанализировано понятие инновационного потенциала промышленного предприятия, предложены его структурная схема и методические основы оценки. Предложенное представление структуры инновационного потенциала и параметров его оценки обеспечивает глубокий, комплексный анализ инновационного потенциала.

Ключевые слова: потенциал, предприятие, коэффициент, методика, инновации.

Annotation

Lapteva V. Estimation of potential of industrial enterprise in innovative development. – Article.

The concept of innovative potential of industrial enterprise is analysed, egos are offered flow diagram and methodical bases of estimation. The offered presentation of structure of innovative potential and parameters of his estimation provides the deep, complex analysis of innovative potential.

Keywords: potential, enterprise, coefficient, methodology, innovations.

УДК 330.322:330.341.1:340.134

Столбуненко Н.М.,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

Прибок В. А.,

аспірантка кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ

Рівень інноваційної активності в Україні на сучасному етапі не відповідає світовим масштабам. Показники впровадження інновацій та тенденції у придбанні нових технологій також значно відстають від рівня розвинених країн. Отже в цілому інноваційно-інвестиційна діяльність України визначається кризовою.

Проблемі інноваційно-інвестиційного розвитку України присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних вчених і фахівців як: Антонюк Л.Л., Богачов Л.А., Гейць В.М., Гальчинський А., Герасименко О.О., Герасимчук М., Іваноньків О.О., Федулова Л.І., Карпова В.І., Костюченко В.М., Мазаракі О.О., Мельник Т.М., Чернега А.М., Юхименко В.В., Яковенко Р.В. та інші.

Дослідження результатів наукових публікацій свідчать про підвищений інтерес до даної проблеми, але не достатньо розглянутими залишаються аспекти створення механізму управління процесом активізації інвестиційного клімату з метою підвищення ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку економіки України.

Специфіка даного завдання полягає в тому, що головною задачею інноваційної системи як механізму науково-промислового розвитку сучасних держав виступає вклад в створення приросту економіки за рахунок виробництва знань, які особливо корисні для модернізації та оновлення системи виробництва продукції, послуг і процесів. Але сучасний етап розвитку економіки України свідчить про лише побічний вклад в економічний зріст та конкурентоспроможність інноваційної системи [7, с. 153; 9, с. 394; 11, с. 175]. Отже вирішення задачі – це пошук нових інструментів інноваційної системи та вдосконалення старих.

Мета проведеного дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних підходів та розробці практичних рекомендацій щодо виявлення нових джерел інвестування інноваційної діяльності та засобів її активізації.

Для створення відповідного розвиненим країнам рівня конкурентоспроможності сучасний розвиток виробництва потребує впровадження у виробничий процес інновацій. Однак, розробка і впровадження інновацій може відбутися лише при наявності необхідної кількості ресурсів, формуванню яких сприяє інвестиційний процес.

Інвестиції та інновації – це найважливіші економічні категорії розширеного відтворення, які відіграють ключову роль в реалізації структурних зрушень в економіці і формуванні народногосподарських пропорцій на макрорівні.

Які ж потенційні можливості національної економіки України можуть стати базою для успішного розвитку інноваційно-інвестиційної діяльності? До них можна віднести наступні: недостатнє фінансове забезпечення науково-технічної сфери; відсутність стимулів до інновацій у приватному бізнесі; недоступність дешевих довгострокових і середньострокових кредитів; негативний стан основних факторів виробництва та інфраструктури; відсутність ринку венчурного капіталу та конкуренції в інноваційному підприємстві [6].

Однією з проблем впровадження інновацій виступають їх незначні темпи, що негативно впливає на розвиток усіх галузей економіки України. Серед причин, спричиняючих це явище, можна назвати: відсутність чітких механізмів та регламентованих строків розглядання інноваційних проектів; правова незахищеність проектів, яка ускладнює діяльність підприємств, використовуючих досягнення інноваційної науки та приводить до стиснення з сторони контролюючих органів; нерозвиненість інноваційного ринку; відсутність аукціонних торгів інноваційних розробок; відсутність інноваційних бірж та ефективної реклами; дефіцит маркетингових досліджень; низька питома вага затрат на інноваційну діяльність у капіталовкладення; відсутність недержавних науково-дослідних та проектно-конструкторських організацій [5, с. 116-119].

Реалізація нових інвестиційних проектів супроводжується значними витратами трудових, інтелектуальних, матеріальних та інших ресурсів. Ці задачі ускладнюються дефіцитом власних інвестиційних ресурсів господарських суб'єктів, недосконалістю механізму залучення позикових ресурсів та обмеженістю використання залучених джерел фінансування [4, с. 5].

Основними законодавчими актами, впливаючими на інвестиційний клімат в Україні, являються: Конституція України; Господарський, Цивільний, Земельний кодекси України; Закони України: «Про банки та банківську діяльність», «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», «Про господарські товариства», «Про державне регулювання ринку цінних паперів», «Про заклад», «Про захист іноземних інвестицій в Україні», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та інші.

Правовою основою інвестиційної діяльності в Україні являється Закон України від 18.02.1991 р. № 1560-ХІІ «Про інвестиційну діяльність», яким визначаються загально-правові, економічні та соціальні умови інвестиційної діяльності на території України.

У якості основних форм інвестування інноваційної діяльності виступають: державне, комерційне, соціальне, іноземне, загальне.

Якщо проаналізувати джерела фінансування інноваційної діяльності, то протягом 2007-2012 рр. можна констатувати значну перевагу фінансування за рахунок власних коштів підприємств. Так, у 2012 році воно становило 63,9% від загальних виплат. За той же період більш ніж втричі зросло фінансування за рахунок іноземних інвесторів, що склало 8,66% від загальних витрат. Витрати ж за рахунок коштів державного бюджету хоч і зросли, але їх доля у загальному розподілі все ж залишається низькою (1,95%) [4].

Комерційне інвестування в Україні на сучасному етапі реалізується за рахунків власних або позикових коштів. В цілому воно складає 16,2%. Найвища доля інвестиційних розробок належить підприємствам з виробництва коксу та продуктів нафтоперероблення (34,9% загальної кількості підприємств), машинобудування (24,5%), хімічної та нафтохімічної промисловості (24%) [11, с. 173].

Також слід звернути увагу, що на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення було витрачено майже три чверті загального обсягу і інноваційних витрат, а на НДДКР – 1,1 млрд. грн., 70% з яких на проведення НДР власними силами [11, с. 175].

Україна має значні переваги для досягнення високих показників інноваційного розвитку. До них можна віднести: мережу вищих навчальних закладів: достатньо високий рівень осіб з вищою освітою та науковим ступенем; загальна сприйнятливність населення до інновацій, точних наук і техніки; наявність значної кількості підприємств, орієнтованих на випуск високотехнологічної продукції [4].

Разом з тим, за січень-вересень 2014 р. сума інвестицій у наукові дослідження та розробки складає 206,4 млн. грн., у сільське, лісне та рибне господарство – 11 138,3 млн. грн., освіту – 323,1 млн. грн., у професійну, наукову та технічну діяльність – 1 665,9 млн. грн. [4].

В цілому витрати держбюджету на наукові дослідження та розробки з 2,3% ВВП у 1990 р. знизилися до 0,34% ВВП у кризовому 1998 р. У подальшому витрати на науку дещо зросли та досягли 0,5% ВВП. Держбюджет 2012 р. на розвиток науки визначив 0,31% ВВП. Спостерігається також скорочення чисельності наукових робітників (майже втричі!). Критична нестача фінансування наукової та науково-технічної діяльності практично призвела до перетворення економічної функції держави в соціо-культурну. Фактично щорічний розмір бюджетних видатків на науку становив 0,3-0,5% ВВП і сумарно – 0,89% [10, с. 153].

Як свідчить практика, країни СНД фінансують науку у розмірі від 0,2% до 0,7% ВВП, в той час, коли країни ЄС – від 2% до 3% і навіть більше. Так, наприклад, у Швеції на науку виділяють 3,7% ВВП, у Японії – 3,06%, у США – 2,84%. Отже, наміри України вступу до Європейської спільноти свідчать про необхідність збільшення фінансування НДДКР як мінімум до законодавчої норми – 1,7%, а в перспективі до 3% ВВП [10, с. 158].

З метою підвищення ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності необхідно розширювати кількість високоякісних спеціалістів, науковців, винахідників та підвищувати рівень їх кваліфікації [15]. До інструментів стимулювання ефективного розвитку науки можна віднести патентне право та контроль за його реалізацією, яке повинне характеризуватися простотою в оформленні міжнародною правовою захищеністю та інше. Таким інструментом може стати також створення оваційної біржі, де буде представлений весь інтелектуальний потенціал країни. На сьогоднішній день вже існує некомерційне партнерство «Інноваційне агентство», яке працює з заявками на винаходи.

Слід також відзначити, що Україна належить до групи країн з дуже низьким рівнем високотехнологічної продукції в експорті (5%), у той час, коли в середньому в світі цей показник досягає 21%. Філіпіни – 65%, Ірландія – 41%, США – 32%, Росія – 13% [2].

Рівень інноваційної активності в Україні на протязі 2011-2013 рр. змінювався в межах 16,2%-17,4%. В зрівнянні з 2011 роком значно зменшилися загальні суми інноваційних витрат (у 2011р. – 14333,9 млн.грн., у 2013 р. – 9562,6 млн.грн.). А доля об'єму виповнених в Україні наукових та науково-технічних робіт у ВВП залишається невеликою – у 2013 р. – 0,8% та має також тенденцію до зниження [1].

За даними щорічного проекту Doing Business у 2014 році Україна посіла 112 місце (серед 189 країн) з рівня інноваційної активності. У 2013 році цей показник склав 137 місце в рейтингу [4].

Характеризуючи ресурсний потенціал економіки України, слід особливо відзначити земельні, лісові та водні ресурси, багаті надра та ґрунти. Так, наприклад, 60% сільськогосподарських угідь характеризуються високоякісними родючими чорноземами. Не менш наглядною картиною проілюстровані людські ресурси, які виступають конкурентною перевагою економіки України. При цьому щільність населення країни складає 75,5 осіб на 1 км² [12, с. 158].

Одним з головних джерел доходів України являється сільськогосподарський сектор, де на сьогоднішній день ситуація не з кращих. Намагаючись збільшити обсяги врожаю, спеціалісти використовують хімічно небезпечне для землі добриво, яке не просто вихолощує її, але й робить зовсім непридатною до наступного використання. Великих проблем додає висадка рапсу та 4% земельних ресурсів, відданих під захоронення токсичних відходів [3, с. 20].

Поряд з цим можна визначити також проблему використання старої техніки, середній рівень експлуатації якої складає 30-35 років, що свідчить про необхідність її оновлення. Зношеність основних фондів України, наприклад, в промисловості – 57,3%, сільському господарстві – 34,6%, будівництві – 55,4%, на транспорті та зв'язку – 96% [15].

У 2014 році було досліджено вибірково 458 компаній в Київській, Львівській та Харківській областях, серед яких 153 з іноземними інвестиціями, 305 – українські підприємства харчової та важкої промисловості. Дослідження свідчать про те, що для українських компаній стримуючими факторами інвестування виступають: неефективність законодавства – 24,9%, низька якість захисту прав матеріальної власності – 22%, низький рівень захисту інтелектуальної власності – 20,7%, відсутність підтримки з боку центрального уряду – 40,7%, низька якість підтримки з боку місцевого уряду – 31,8% [15, с. 163].

Але бюджет держави скорочується, машинобудівництво – теж скоротилося більш ніж на 50% [3, с. 20-22]. Отже у зв'язку з недостатністю внутрішніх фінансових коштів для України важливими являються прямі закордонні інвестиції, які на даний момент також знижуються. Це зумовлено нерозвиненістю національної економіки, нестабільністю законодавства податкової системи, приватизації майна, відсутність прав приватної власності, бюрократизації, корупції та інше... Іноземні інвестиції відіграють ключову роль в процесі акумуляції коштів. Найвищий рівень залучення інвестицій в Україні був проілюстрований у 2012 році (5,1 млрд. дол. США) [4].

Таким чином, Україна потенційно може стати однією з провідних країн по залученню іноземних інвестицій в наслідок великому природно-ресурсному потенціалу, вигідному економічно-географічному положенню, наявності кваліфікова-

ної робочої сили, значному внутрішньому ринку, місцю в світовій геополітичній політиці провідних країн світу та інше.

Приплив іноземних інвестицій для сучасної України виступає основним критерієм оцінки статусу країни, успішності її включення у світове господарство. Серед форм міжнародного руху капіталу переважають недержавні інвестиції – 80% усього експорту капіталу, а на державний – 60% експорту капіталу, на міжнародні фінансові організації – до 10% [13].

До десятки головних країн-інвесторів, на які приходиться майже 83% загального об'єму прямих інвестицій, входять: Кіпр, Германия, Нідерланди, Росія, Австрія, Великобританія, Віргінські острова (Британія), Франція, Швейцарія, Італія [11].

Створення Україною сприятливого інвестиційного клімату може стати можливим при поглибленні міждержавних зв'язків.

Спеціалістами Міжнародної фінансової корпорації була проведена оцінка інвестиційного клімату в європейських та азіатських країнах з використанням бального методу за шкалою від 1 до 28. Як свідчить аналіз, найбільш сприятливий діловий клімат створено у прибалтійських країнах, Вірменії, Словаччині та Грузії. Україна зайняла 25 місце серед 28 країн. Найбільші перешкоди виникають при реєстрації майна, системі оподаткування і при закритті бізнесу. Ці фактори негативно впливають на розвиток міжнародної інвестиційної діяльності країни [10, с. 155].

З метою визначення міжнародної інвестиційної позиції України, яка уявляє собою макроекономічне поняття, визначаюче загальний об'єм та структуру фінансових активів та зобов'язань країни перед нерезидентами чи один з елементів рахунку поточних операцій з капіталом (акції, облигації, нерухомість та інше), можна констатувати, що активи України знизилися з 138 млрд. 131 млн. дол. на 1 січня 2014 р. до 134 млрд. 288 млн. дол. на 1 липня 2014 р., а пасиви – з 214 млрд. 979 млн. дол. до 199 млрд. 489 млн. дол. Ті ж тенденції просліджуються і з чистою інвестиційною позицією [13]. Чиста міжнародна інвестиційна позиція – це різниця між активами та зобов'язаннями країни.

По перспективним прогнозам в «Стратегії 2020» Президент України Петро Порошенко очікує надходження в українську економіку прямих іноземних інвестицій у 2015-2020 рр. до 40 млрд. дол. [13]. І головне тут – реалізувати принцип проведення реформ в інтересах підвищення добробуту українського народу, як це відбулося, наприклад, у Китаї, де починаючи з 1978 р. кожні 10 років подвоюється виробництво ВВП на душу населення. На жаль, Україна і на сьогоднішній день не досягла показників ВВП 1990 року. По своїм соціально-економічним показникам Україна займає лідируюче місце серед найбідніших країн світу. Так, виробництво ВВП на душу населення в Україні складає не більш 1000 доларів на рік, а в країнах Західної Європи – 20000 доларів [6].

В якості однієї з перспективних форм залучення позикових інвестиційних ресурсів можна назвати інвестиційний селенг, який використовується незначною кількістю підприємств України і уявляє собою специфічну форму зобов'язання з передачі власником прав по використанню чи розпорядженню майном за визначену плату. За своїм змістом селенг дуже схожий до лізингу, але якщо лізинг передбачає викуп будівель, обладнання, тощо, то селенг не передбачає зміну свого

володаря. Ці види інвестування використовуються при інвестуванні реальних проектів з невеликим періодом експлуатації чи з високим ступенем змін технології. Перспективним механізмом залучення інвестиційних ресурсів для розвитку підприємств виступає також державно-приватне партнерство.

Констатуючи цей факт, в Законі України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» стратегічними пріоритетними напрямами на 2011-2021 рр. визначені наступні: освоєння нових технологій транспортування енергії, впровадження енергоефективних, ресурсозберігаючих технологій, освоєння альтернативних джерел енергії; освоєння нових технологій високотехнологічного розвитку транспортної системи, ракетно-космічної галузі, авіа- і суднобудування, озброєння та військової техніки; освоєння нових технологій виробництва матеріалів, їх оброблення і з'єднання, створення індустрії наноматеріалів та нанотехнологій; технологічне оновлення та розвиток агропромислового комплексу; впровадження нових технологій та обладнання для якісного медичного обслуговування, лікування, фармацевтики; широке застосування технологій більш чистого виробництва та охорони навколишнього природного середовища; розвиток сучасних інформаційних, комунікаційних технологій, робототехніки та інше.

Таким чином, лише подолання цих причин може створити умови для притоку іноземних інноваційних проектів в Україну.

З метою активізації інноваційного розвитку необхідно:

- активізувати державну політику таким чином, щоб подати пріоритетний науково-технологічний розвиток не тільки теоретично, а й практично на усіх рівнях державного управління.
- створити інноваційну модель розвитку держави по напрямам, відповідним природним і людським ресурсам країни, геополітичному стану та географічному положенню України, що забезпечить можливість скласти стратегічні програми, з'єднуючі власні наукові розробки з виробничим сектором і бізнесом.
- здійснити комплекс мір, направлених на підвищення конкурентоспроможності національної науки і освіти та інше [8].

Ускладнення сучасної ситуації в Україні втратами внаслідок анексії Автономної республіки Крим та війни на Донбасі поглиблюють проблеми, але, за думкою деяких авторів [9] відбувається часткова компенсація їх за рахунок високого врожаю, зовнішніх позичок та кредитів. Залишається лише твердо вірити у те, що ключові галузі: чорна металургія, машинобудівництво і хімічна промисловість знову будуть повноцінно функціонувати у лоні рідної економіки.

Міжнародний валютний фонд (МВФ) озвучив прогноз спаду економіки України за підсумками 2014 року на рівні 6,5%, спрогнозував відтворення економіки у 2015 році та її зріст на 1%. МВФ також спрогнозував рівень інфляції від 11,4% за підсумками 2014 року та 14-25% за підсумками 2015 року; рівень безробіття – 10-15% за підсумками 2014 року та 9,8% за підсумками 2015 року. Ділова активність України в сучасних умовах теж знижується. В той же час в країні проводиться узгоджена з МВФ програма економічних структурних реформ, котра дозволить протистояти макроекономічним дисбалансам [13].

Таким чином, інноваційно-інвестиційний розвиток України як ефективний механізм забезпечення модернізації галузей народного господарства та формування об'єктивних умов для стабілізації національної економіки повинен забезпечити реалізацію економічних реформ Стратегії-2020, забезпечити стабільний економічний зріст.

В умовах посилення глобальної конкуренції та взаємної залежності країн інноваційність являється запорукою прогресу, чинником формування та нарощування конкурентних переваг з метою забезпечення добробуту населення. Повноцінна інтеграція в світові інноваційні процеси не можлива без адекватної науково-технологічної бази. Активізація інноваційної діяльності потребує нових форм і методів впровадження досягнень науки і техніки в першу чергу за рахунок розширення інноваційного ринку.

Література

1. Публикация документов Государственной Службы Статистики Украины Государственная [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.org>
2. Судебно юридическая он-лайн газета [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://sud.ua/news/2014/09/04/67552-dlya-stabilizatsii-ekonomiki-ukraini-pravitelstvo-provedet-nalogovuyu-reformu-i-deregylyatsiyu-rinka>
3. Герасименко А.А., Богачёв Л.А. Инновационные проблемы сельского хозяйства Украины // Молодий вчений. – Випуск № 3(06). – 2014. – С. 20-22.
4. Державна Служба Статистики України [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>
5. Матеріали міжвузівської наукової конференції викладачів та студентів // Донецьк, ДОН НТУ. – 2008. – С. 116-119.
6. Яковенко Р.В., Чернега А.М. Інноваційна діяльність в Україні: проблеми та перспективи [Електроний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/72.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/72.pdf)
7. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: монографія / Л.Л.Антонюк, А.М. Поручник, В.С. Савчук // К.: КНЕУ. – 2008. – 400 с.
8. Каталог статистических изданий [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org/menu/publikac_r.htm
9. Инновационный потенциал Украины: монография / А.А.Мазараки, Т.М. Мельник, В.В. Юхименко, В.М. Костюченко, Л.П. Кудырko и др. – Киев. : Национальный торгово-экономический университет. – 2012. – 592 с.
10. Наукова інноваційна діяльність в Україні: Статистичний збірник. – К. : Держкомстат України. – 2013. – С. 287.
11. Федулова Л.І. Інноваційна політика: підручник для студентів ВНЗ // Л.І.Федулова, А.А. Мазараки. – Київ : Національний торгово-економічний університет. – 2012. – 603 с.
12. Інноваційна модель розвитку економіки України в умовах глобалізації: монографія // О.І. Дацій, М.В. Гаман, Н.В. Дацій // Донецьк: Юго-Восток. – 2013. – 368 с.
13. Прогноз развития событий в Украине [Електроний ресурс]. – Режим доступу : <http://domik.ua>.

Анотація

Столбуненко Н.М., Прибок В.А. Деякі аспекти інноваційно-інвестиційного розвитку економіки України в контексті сучасних реалій. – Стаття.

Аналізуючи пріоритетні напрямки інноваційно-інвестиційного розвитку економіки України на сучасному етапі, автор зазначає недостатньо високий рівень цієї діяльності, звертає увагу на відсутність належного контролю з боку держави, на необхідність створення умов для формування якісно нового бізнес-середовища у нашій країні. Зроблено висновок про необхідність здійснення нової моделі національної інноваційної системи, яка функціонує на безперервному циклі робіт: функціональні дослідження — НІОКР — технології виробництва — ринкова реалізація.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інноваційно-інвестиційний розвиток, економіка, пріоритет.

Аннотация

Столбуненко Н.Н., Прибок В.А. Некоторые аспекты инновационно-инвестиционного развития экономики Украины в контексте современных реалий. – Статья.

Анализируя приоритетные направления инновационно-инвестиционного развития экономики Украины на современном этапе, автор отмечает недостаточно высокий уровень этой деятельности, обращает внимание на отсутствие должного контроля со стороны государства, необходимость создания условий для формирования качественно новой бизнес-среды в нашей стране. Сделан вывод о необходимости проведения новой модели национальной инновационной системы, которая функционирует на непрерывном цикле работ: функциональные исследования – НІОКР – технологии производства – рыночная реализация.

Ключевые слова: инновационная деятельность, инновационно-инвестиционное развитие, экономика, пріоритет.

Annotation

Stolbunenko N., Pribok V. Some aspects of innovation and investment development of economy of Ukraine in the context of contemporary realities. – Article.

Analyzing the priority directions of innovative investment of Ukrainian economics' development at the present period, the author notes not very high level of such activity, pays attention to the lack of control of the state, to necessity of forming new business-area in our state. It was made a conclusion about necessity of constructing a new model of national innovative system, which is functioning on the base of non-stop turnaround: functional research — NIOKR — production methods — market selling.

Keywords: innovative activity, innovative investment development, economics, priority.

УДК 336. 226

Ясенова І.Б.,

кандидат економічних наук,

ст. викладач кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту

Одеського національного політехнічного університету

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОДАТКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СИСТЕМІ ВИЗНАЧЕННЯ ГРОМАДСЬКИХ БЛАГ

Загальні передумови оподаткування, на думку ряду авторів, укладені в відокремленні різних форм власності на економічні блага і ресурси, а також у відділенні виробництва благ індивідуального споживання від виробництва суспільних благ [5].

При підготовці даної роботи використані дослідження таких спеціалістів: Захарченко В. [2], А. Коломієць [3], М. Чепурина [4], М. Шалюхіной [6] та ін. У більшості праць з приводу розглянутого питання не дається кількісної оцінки податкового потенціалу, не розглядаються умови єдності та відзнаки економічних та суспільних благ. Податковий потенціал покликаний задовольняти зростаючі потреби суспільства. Але разом з тим слід зазначити, що потенційний податок сам по собі нічого не значить без оцінки можливості реального механізму його вилучення. Найбільш повно задовольнити зростаючі потреби суспільства може тільки реалізована частина податкового потенціалу.

Податки представляються історично певною формою мобілізації ресурсів громадян, підприємств і організацій для виробництва суспільних благ. Конкретні причини встановлення і збору податків в тій чи іншій державі визначаються потребами цієї держави в конкретний період часу, інтересами правлячих класів суспільства, структурою державних органів і багатьма іншими факторами.

У теорії оподаткування під об'єктом оподаткування розуміють предмет, який підлягає оподаткуванню: прибуток, майно, обіг товарно-матеріальних цінностей тощо.

Оскільки держава через податки вилучає частину прибутків господарських суб'єктів і населення, то об'єкти оподаткування мусять певною мірою стосуватися або до самого джерела прибутку, або до реалізації якогось виду прибутків.

З цього погляду всі можливі об'єкти оподаткування можна розділити на декілька груп за ступенем їхнього стосунку до можливих джерел прибутку. Це такі, що:

- представляють безпосередньо одне із джерел прибутку;
- представляють безпосередньо певну групу джерел прибутку;
- відображають реалізацію прибутків кінцевих платників податків;
- представляють джерела потенційних прибутків;
- відображають потенційні можливості суб'єкта оподаткування отримувати прибутки;

- не пов'язані із джерелами прибутків суб'єкта оподаткування.

Переважно об'єкти останньої групи не розглядають як об'єкти оподаткування. До складу цієї групи в багатьох країнах входять:

- особисті речі;
- об'єкти старовини й антикваріат;
- твори мистецтва;
- природно-ландшафтні комплекси, які не піддаються змінам, тощо.

Досить специфічною групою є об'єкти оподаткування, які безпосередньо не пов'язані з джерелами прибутків суб'єктів оподаткування, але передбачають наявність у них яких-небудь джерел прибутку для покриття тих витрат, які має держава (на рівні країни й локальних співтовариств) у зв'язку з існуванням або використанням цих об'єктів.

До такого типу об'єктів можна віднести:

- житло, яке використовують як основне місце проживання;
- особисті транспортні засоби (автомобіль, літак тощо).

Для окремих типів цих об'єктів, зокрема житла, у деяких розвинених країнах встановлено градацію в їхньому оподаткуванні залежно від спроможності суб'єкта оподаткування одержувати прибутки. Так, у Франції особи, старші 75 років (старшого пенсійного віку), й особи, які дістають соціальні допомоги із суспільних фондів або допомоги за інвалідністю, звільнені від податку на житлові будинки (що передбачений у складі податку на забудовані ділянки). Крім того, малозабезпечені особи можуть цілком або частково бути звільнені від податку на житло.

Об'єкти обох розглянутих груп є різними видами реального майна. Ще декілька видів реального майна становлять групу об'єктів оподаткування, які відображають потенційні джерела прибутків суб'єкта оподаткування. До складу цієї групи входять:

- земельні ділянки;
- родовища корисних копалин;
- споруди тощо.

Усі ці об'єкти становлять національне багатство країни, й у загальних інтересах необхідно забезпечити їхнє раціональне використання. Це визначає вибір показника для оцінки такого типу об'єктів — прибутку від використання об'єкта за середніх, наявних у поточному періоді умов економіки.

Наприклад, у Франції для визначення податків на земельні ділянки як показник, що характеризує ці об'єкти, застосовують «орендну вартість власності», тобто той прибуток, який міг би отримати власник ділянки, здаючи її в оренду.

Оцінку об'єктів з погляду отримання можливих прибутків від їх використання провадять незалежні оцінні комісії. Для земельних ділянок — це створена державою комісія із земельного кадастру. Для різноманітних видів нерухомості — спеціальні оцінні комісії при державних органах управління різного рівня або фахові оцінювачі, які мають право здійснювати таку оцінку.

З огляду на складність і трудомісткість оцінки нерухомості й земельних ділянок, особливо упорядкування земельного кадастру, такого роду оцінку здійснюють досить рідко. Тому з часом можливі розбіжності між реальною та кадастровою оцінкою об'єкта оподаткування.

Поряд із реальним майном, одержання прибутків від якого залежить від платника податків, громадянин може володіти майновими правами, зафіксованими в належних йому цінних паперах. Прибутки від цінних паперів не залежать від дія-

льності суб'єкта оподаткування, і тому для оцінки цього виду об'єктів оподаткування застосовують не показник їхньої прибутковості, а номінальну вартість відповідних цінних паперів.

Пряме оподаткування цих об'єктів як особливого виду власності здійснюють не у всіх країнах, оскільки як окремий об'єкт оподаткування або у складі агрегованих об'єктів оподаткування присутні прибутки від цінних паперів.

В сучасних умовах велику увагу з боку держави приділено об'єктам оподаткування, через які можна було б, хоча б побічно, оподаткувати прибутки кінцевих платників податків (населення).

Зробити це можна тільки в процесі реалізації (витрачання) отриманих населенням прибутків, приєднавши до ціни продаваної продукції, наданих послуг і виконуваний робіт відповідні податки.

У цьому випадку об'єктом стають обсяги реалізації продукції, послуг, робіт (товарообіг, продаж). Оскільки реальним джерелом податку є прибутки кінцевих споживачів, цей вид податків не залежить від фінансового становища платника податку за законом — юридичної або фізичної особи, яка здійснює продаж продукції, надання послуг або виконання робіт.

Проте в разі використання як об'єкта оподаткування товарообігу або продажу варто мати на увазі, що вони однозначно відповідають прибуткам кінцевих споживачів тільки за безпосередньої (однократної) реалізації їм продукції (робіт, послуг).

Оскільки готова продукція є наслідком багатоступеневих взаємодій різноманітних господарських суб'єктів і, відповідно, багатократних актів купівлі-продажу, то можливі три різні підходи до використання товарообігу (продажу) як об'єкта оподаткування:

- розглядати як об'єкти оподаткування тільки продаж безпосередньо кінцевому споживачеві (роздрібний товарообіг);
- приймати як об'єкт оподаткування будь-який продаж (товарообіг), але робити коригування ставки оподаткування на кратність продажів по ланцюжку одержання готової продукції;
- враховувати тільки частину продажною ціни товарів (послуг, робіт), яка відповідає приросту вартості в суб'єкта оподаткування, тобто розглядати як об'єкт оподаткування додану вартість.

В сучасних умовах практичне застосування знайшли об'єкти оподаткування, які відповідають першому й третьому підходам. Причому для збільшення надходжень до бюджету держава одночасно використовує в системі оподаткування обидва ці типи об'єктів оподаткування, але з різним ступенем охоплення оподаткуванням продажу (товарообігу).

Оподаткування доданої вартості здійснюють для всіх продаж, а спеціальне оподаткування роздрібного товарообігу у формах акцизів або «непрямих мит» провадять тільки стосовно деяких видів товарів. Перелік таких товарів може різнитися за країнами, але звичайно до нього входять спирт та алкогольні напої, тютюнові вироби й деякі інші товари масового споживання (сірники, сіль, цукор). Серед оподатковуваних «непрямим митом» послуг — видовищні заходи, телевізійна реклама, туристичні послуги.

Певною мірою подібні принципи виділення об'єктів оподаткування використовують також для оподаткування імпорту (оподаткування митами). Тут також законодавчо визначено перелік товарів, увезення яких оподатковують митами. Як об'єкт оподаткування, аналогічний до товарообігу, використовують обсяг увезення (імпорту) відповідних товарів.

Застосовуючи як акцизи, так і інші види «непрямого мита», включаючи митні збори, держава може здійснювати різноманітну політику стосовно окремих груп товарів і послуг — призначаючи підвищені ставки оподаткування, обмежуючи споживання певних видів товарів і послуг або їхній доступ на внутрішній ринок. Тому як об'єкт оподаткування реально виступає обсяг продажу або імпорт за групою товарів або послуг, за якими держава здійснює єдину політику споживання.

Таким самим способом держава здійснює селективну політику стимулювання або обмеження попиту й щодо товарів, які не оподатковано акцизами й іншими видами непрямого мита. Під час її здійснення різною мірою (за різними ставками оподаткування, включаючи й нульові) оподатковують додану вартість за різними групами продукції, послуг і робіт. Найчастіше за пільговими ставками оподатковують продаж основних продуктів харчування, сільгосппродукцію, приватну викладацьку та медичну діяльність. Наприклад, знижену ставку в 5,5% (загальна ставка — 18,6%) застосовують у Франції для більшості продовольчих товарів і видів сільгосппродукції, фуражних кормів, медикаментів, книг, туристичних і готельних послуг, обідів для працівників підприємств, вантажних і пасажирських перевезень, видовищних заходів. Застосування зниженої ставки розширює, внаслідок нижчої ціни на продукцію й послуги, ринок для цих видів товарів і послуг і підвищує, за рахунок зростання масштабів виробництва, ефективність діяльності у відповідних галузях.

Поява податків пов'язано з певною сходинкою розвитку суспільства, де формуються його суспільні потреби і з'являється можливість задоволення цих потреб шляхом злагодженого функціонування державних інститутів.

Виробництво громадських благ є однією з найважливіших функцій держави. До числа громадських благ відносяться деякі матеріальні об'єкти, але частіше це блага нематеріальні, не схожі на звичайні товари. Проте це цілком реальні економічні блага, оскільки, з одного боку, вони володіють корисністю, а з іншого — їх створення вимагає витрат ресурсів, які могли б бути використані для виробництва інших благ.

З точки зору економічної теорії під громадськими розуміються такі блага, головною характеристикою яких є не суперництво в споживанні і невиключеність із споживання [4]. Не суперництво в споживанні означає, що збільшення числа споживачів блага не тягне за собою зниження корисності, доставленої кожному з них. Невиключеність зі споживання означає, що обмеження доступу споживачів до такого блага практично неможливо.

Між тим слід зазначити, що різним суспільним благам в неоднаковій мірі притаманні властивості не суперництво в споживанні і невиключеності.

Ті, які у високій мірі володіють обома властивостями, називаються чистими суспільними благами (послуги з забезпечення законодавства, національна оборо-

на). Ті, у яких хоча б одна з властивостей виражено в помірному ступені, називаються змішаними суспільними благами (автодороги). Між тими і іншими не можна, зрозуміло, суворо провести грань. Проте відмінність між ними практично значима, оскільки сфера чистих громадських благ приблизно відповідає мінімально можливим кордонам громадського сектора, а сфера змішаних суспільних благ дає уявлення про допустимі межі експансії цього сектора і служить ареною його конкуренції з приватним сектором.

Сучасна наука розглядає принципи єдності і відмінності приватних економічних і суспільних благ.

Принципи єдності: на відміну від природних благ (вода, земля, повітря) приватні економічні та суспільні блага створюються в процесі трудової діяльності людини, причому ті й інші створюються в обмеженій кількості, їх майже завжди не вистачає (виняток – кризи перевиробництва).

Принципи відмінності: принцип подільності, виключення або достатності і принцип можливості еквівалентного обміну.

До суспільних благ світова економічна наука відносить ті товари та послуги, «які ринкова система взагалі не має наміру виробляти, оскільки їх особливості різко протилежні особливостям товарів індивідуального споживання»: будучи спожитими одним суб'єктом, вони залишаються достатніми для споживання іншими [5].

Громадські блага можуть споживатися одночасно багатьма людьми. Наприклад, транспортні магістралі, парки, система національної оборони, державної безпеки, правопорядку і т.д. На громадські блага не поширюється принцип виключення. К.Р. Макконнелл і С.Л. Брю зазначають: «Це означає, що не існує ефективного способу відсторонити індивідуумів від отримання вигоди, принесеної громадськими благами, тільки-но вони виникають» [5]. Крім того, обмін приватними економічними благами на ринку здійснюється в еквівалентній формі, в той час як для громадських благ можливий переважно без еквівалентний обмін (оборона, правопорядок).

На нашу думку, слід відзначити раніше обґрунтований, але не названий в науковій літературі тимчасовий принцип. «Отримання вигоди від індивідуальних благ відбувається після їх придбання, вигоди від суспільних благ починають надходити до суспільства відразу після виробництва останніх» [5]. Причому до окремих його членів вони надходять і до того, як він зможе платити податки (допомоги по вагітності та пологах).

Громадські блага характеризуються також тим, що вони мають складну структуру, для їх відтворення потрібні великі витрати, окупність цих витрат досягається в тривалі терміни. Вигоди від використання суспільних благ дістаються суспільству, а не лише одній особі. Суспільство в особі держави організовує їхнє відтворення, мобілізує для цього ресурси окремих громадян, домашніх господарств, підприємств та організацій. Акумуляція ресурсів здійснюється в бюджеті держави. При цьому основним джерелом формування доходів бюджету виступають податки, які являються найбільш ефективним способом мобілізації ресурсів для відтворення громадських благ, не зменшуючи при цьому стимул задоволення особистих потреб індивіда. Причому «державні витрати, джерелом яких служать подат-

кові надходження, дозволяють потім втягнути ці ресурси у виробництво суспільних товарів і послуг» [5].

Податки опосередковують процес відтворення суспільних благ. По ряду підстав вони можуть розглядатися в якості економічної базової категорії. Податки як результат людської праці висловлюють відносини розподілу і перерозподілу новоствореної вартості (національного доходу) і валового внутрішнього продукту (ВВП).

У сучасній практиці через державний бюджет різних країн проходить від 25% до 50% і більше національного доходу. При цьому розміри і динаміка податкових вилючень зумовлені об'ємом і динамікою ВВП, об'єктивними потребами вдосконалення структури продуктивних сил і виробничих відносин. У Франції податки приносять 95% доходів державного бюджету, в США понад 90%, у ФРН близько 80%, в Японії 75%.

Таким чином, податки є головним джерелом фінансових ресурсів, централізуємих державою для забезпечення суспільно необхідних і законодавчо встановлених потреб.

Фінансові ресурси, як будь-який інший вид ресурсів, володіють рідкістю, тобто їх обсяг обмежений. На противагу цьому людські потреби безмежні і постійно ростуть, що виражається в законі «вивищення потреб».

Зважаючи на обмеженість фінансових, у тому числі податкових, ресурсів вірно буде припустити, що інструментом більш повного задоволення суспільних потреб виступає податковий потенціал. Від масштабів податкового потенціалу країни і його цілковитої реалізації практично цілком залежить надання державою членам суспільства громадських благ і послуг, а також їх якість і кількість.

Податковий потенціал країни визначається загальним економічним потенціалом, і навпаки. Економічний потенціал країни характеризується її природними ресурсами, засобами виробництва, трудовим і науково-технічним потенціалом, накопиченим національним багатством [1, с. 482].

До визначення податкового потенціалу зверталися багато авторів, але до цих пір в науковій літературі немає єдиного поняття податкового потенціалу. Ряд авторів під податковим потенціалом розуміють максимально можливу суму надходжень податків в умовах чинного законодавства або максимальну суму нарахувань цих податків [3, 6]. З таким розумінням важко погодитися. Дана оцінка не відповідає вимогам забезпечення відтворювального процесу. На наш погляд, цілі вивчення податкового потенціалу ширше. Податковий потенціал можна досліджувати з різних позицій, виходячи з різних умов, але його параметри не повинні ототожнюватися з максимальною величиною.

На нашу думку, під податковим потенціалом розуміється здатність національного господарства виробити і мобілізувати в бюджет усіх рівнів частку національного доходу, яка визначається потребами суспільного розвитку і можливостями державних податкових інститутів.

Формула обчислення податкового потенціалу може мати вигляд:

$$НП = (НБ_i \cdot N_i) X_1 \cdot X_2 \cdot \dots \cdot X_i \quad (1)$$

$$i = n$$

де $НП$ – податковий потенціал; $НБ$ – податкова база по i -му податку; N – податкова ставка по i -му податку; $X_1, X_2 \dots, X_i$ – коефіцієнти, що визначають задані умови. Перелік коефіцієнтів, що відображають задані умови дослідження, може бути різним залежно від мети дослідження та чинників, які надають вплив на величину податкового потенціалу.

Податковий потенціал, як потенціал взагалі, не має чітких кордонів ступеня своєї реалізації, але він реалізується в доходах бюджету. Можливість реалізації податкового потенціалу залежить від ряду суб'єктивних та об'єктивних факторів.

Серед цих факторів можна виділити дві групи:

1) чинники економічного зростання (рівень технічного розвитку країни, професійний склад і рівень трудових ресурсів, сировинні багатства, стан конкурентного середовища і свободи підприємництва, стабільність національної валюти і т.д.);

2) політичні фактори (демократизація суспільства, правова грамотність громадян, податковий менталітет, національні традиції і т.д.).

Не можна не враховувати і перспективних змін в економіці.

Слід зазначити, що між розвитком економіки, податковим потенціалом і суспільними потребами існують певні стійкі зв'язки і взаємозалежності. Зростання суспільних потреб стимулює розвиток економіки за принципом «є попит – є пропозиція». Своєю чергою, розвиток економіки розширює податковий потенціал, забезпечуючи матеріальну базу для реалізації зростання суспільних потреб, а також потребує додаткових витрат на регулювання цього розвитку.

Отже, затребувані суспільством потреби найбільш повно може задовольнити тільки інститут держави. Для їх задоволення державі необхідні фінансові ресурси. Основним доходним джерелом державних фінансів виступають податки. Зважаючи на обмеженість податкових джерел з одночасним зростанням державних витрат, пов'язаних з виконанням економічних функцій держави, має сенс звернутися до поняття податковий потенціал. Податковий потенціал – це вилучення максимально можливої частки національного доходу для найбільш повного задоволення суспільних потреб. Від податкового потенціалу залежать якість і кількість послуг, що надаються державою своїм членам.

Література

1. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Израильяна. – М. : ИНЕ, 2002. – 1280 с.
2. Запоточний І.В. Державне регулювання регіональної економіки / І.В. Запоточний, В.І. Захарченко. – Харків : Одіссей, 2003. – 592 с.
3. Коломієць А.Л. Про поняття податкового та фінансового потенціалу регіону/ А.Л. Коломієць, А.Д. Мельник // Податковий вісник, 2000. – №1. – С. 3-5.
4. Курс Экономической теории : [учеб. пособ.] / под ред. М.Н. Чепурина. – Киров : АСА, 2000. – 752 с.
5. Макконнел К.Р. Экономикс / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 598 с.
6. Шалюхіна М.Н. Податковий потенціал регіону: проблеми оцінки // М.Н. Шалюхіна // Податковий вісник. – 2001. – №1. – С. 31-34.

Анотація

Ясенова І.Б. Дослідження податкового потенціалу в системі визначення громадських благ. – Стаття.

Досліджено податковий потенціал як джерело найбільш повного задоволення громадських потреб у державі. Розглянуто принципи єдності та відзнаки економічних та суспільних благ.

Ключові слова: податковий потенціал, інструмент, блага, суспільство, бюджет, ресурс.

Аннотация

Ясеновая И.Б. Исследование налогового потенциала в системе определения общественных благ. – Статья.

Исследован налоговый потенциал или источник наиболее полного удовлетворения общественных потребностей в государстве. Рассмотрены принципы единства и отличия экономических и общественных благ.

Ключевые слова: налоговый потенциал, инструмент, блага, общество, бюджет, ресурс.

Annotation

Jasenovaja I.B. Research tax capacity in the determination of public goods. – Article.

Investigated the potential tax or source the most complete satisfaction of social needs in the state. The principles of unity and differences of economic and social benefits.

Keywords: tax capacity, tools, benefits society, budget, resource.

УДК 339.138:004:371.382

Дюков В.П.,

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки і управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.

КОМПЬЮТЕРНАЯ ДЕЛОВАЯ ИГРА КАК МОДЕЛЬ ДЛЯ ПРИНЯТИЯ МЕНЕДЖЕРОМ СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Одной из нерешенных проблем подготовки в высших учебных заведениях высококвалифицированных менеджеров является получение ими практических навыков принятия управленческих решений и разработки стратегии предприятия. Частично эта проблема решается проведением различного вида практик, включенных в учебный план специальности, а также путем участия студентов в различного рода проектах и конкурсах вне учебной программы. Однако этого недостаточно. Эффективная подготовка будущих управленцев невозможна без широкого применения в учебном процессе различного рода деловых игр, в том числе и с применением компьютеров. Поэтому разработка и совершенствование методики применения компьютерных деловых игр (КДИ) – необходимый компонент подготовки современного менеджера и в то же время актуальная научная и методическая задача для преподавательского состава вузов.

На поисковый запрос «компьютерные деловые игры для менеджеров» Яндекс выдает два миллиона ответов. Тем не менее, КДИ еще не стали неотъемлемой органической частью учебного процесса во многих вузах. С другой стороны, научным и преподавательским сообществом признается важная роль КДИ в обучении начиная со школы и заканчивая подготовкой топ-менеджеров. В настоящее время в странах СНГ насчитывается более 800 игр, однако применяется гораздо меньшее их количество [1, с. 202]. Пока еще не существует универсального определения деловой игры. Так, И.М.Сыроежин понимает ее как модель процесса принятия решения [2, с. 8]. Другие авторы (С.В.Емельянов, А.Г.Ивановский) определяют деловую игру как модель взаимодействия людей в процессе достижения некоторых целей экономического, политического или престижного характера [3, с. 4]. Ряд авторов [4, с. 15] отмечает, что деловая игра представляет собой моделирование избранных аспектов конфликтной ситуации, выполняемое в соответствии с заранее определенными правилами, исходными данными и методиками. Другие считают, что деловые игры представляют собой специфический способ имитационного моделирования поведения операционной системы или ее отдельного элемента путем проигрывания возможных управленческих решений и оценки ожидаемых результатов их реализации [5, с. 152]. Общим для всех исследователей данной проблемы является то, что деловая игра рассматривается ими как модель. Традиционная деловая игра предполагает участие эксперта для имитации реальной обстановки и оценки результатов деятельности. Нехватка специалистов-экспертов ограничивает применение таких игр в обучении. Ситуация меняется, когда роль эксперта передается компьютеру. Применение КДИ не всегда требует

высокой квалификации преподавателя, это зависит от типа и сложности игры. Многие КДИ достаточно просты в освоении и поэтому пригодны для массового использования.

Деловые игры, применяемые в менеджменте, можно систематизировать по ряду признаков, определяющих условия их проведения и характер используемых инструментов (моделей, техники, информации) [5, с. 152]. Наиболее значимые из них: целевое назначение деловой игры, широта тематических рамок, имитируемые области менеджмента, степень свободы решений, уровень неопределенности решений, характер коммуникаций между участниками, открытость игры, комплексность используемой модели, инструменты игры и форма ее проведения.

Компьютеризация деловых игр позволяет «уплотнить» учебное время, увеличить число имитаций циклов управления и дать возможность игрокам непосредственно «ощутить» динамику процесса управления. КДИ можно разделить на два типа: коллективные и индивидуальные.

В коллективных КДИ участвуют несколько игроков или групп, выполняющих роли лиц, принимающих решения (ЛПР). В индивидуальных КДИ моделируется не только условная среда, но и действия всех участников игры, кроме одного. Важно отметить, что ДИ в данном случае продолжает оставаться коллективной. "Деловая игра всегда коллективна" [6, с. 23]. Только в индивидуальной КДИ роли остальных участников игры выполняют интеллектуальные имитаторы. Каждый тип имеет свои достоинства и недостатки. Коллективные КДИ более приближены к реальности, поскольку роль ЛПР отводится живым людям, а не имитаторам. Тогда игра проходит динамичнее, игровая мотивация участников выше. Обмениваясь ролями, участники игры изучают процесс с разных точек зрения. При грамотном анализе результатов игры руководителем и коллективном обсуждении игры обучение идет очень эффективно. Однако при слабой подготовке участников и низкой квалификации руководителя эффект от игры может быть даже отрицательным. У участников игры возникнет неправильное понимание изучаемого процесса, недоверие к компьютерной программе, отрицательное отношение к игровому методу обучения. КДИ имеют ряд ценных дидактических свойств, делающих их незаменимыми в процессе подготовки менеджера: наличие проблемы, требующей решения; общей цели для всего игрового коллектива; информационной неопределенности, различного рода сбоев, отклонений, осложнений и т. д., как и в реальной жизни; принятие в процессе игры определенной последовательности решений, каждое из которых зависит от решения, принятого данным участником на предыдущем этапе, и от действий других игроков; системы стимулирования участников игры. Очень ценным свойством КДИ является возможность получения большого количества информации, на основе которой принимаются решения игроками, и дальнейшего ее анализа для выявления ошибок и упущенных возможностей. Такой анализ не менее полезен, чем сам процесс игры. Материалы игры могут быть использованы для подготовки задач и кейсов по изучаемым курсам. Положительный опыт применения КДИ в преподавании маркетинговых дисциплин обобщен в работе [7]. Однако аналитический аспект КДИ в научных публикациях освещен недостаточно.

Цели данной статьи следующие. Рассмотреть КДИ «Ценовая стратегия» как модель для принятия менеджером стратегических решений в области ценообразования и рекламных затрат. Проанализировать оптимальные стратегии участников игры. Показать дидактические возможности данной игры для получения участниками навыков стратегического мышления и анализа.

В данной статье обобщен опыт применения автором КДИ «Ценовая стратегия» в процессе обучения маркетингу студентов специальности «Менеджмент внешнеэкономической деятельности». КДИ «Ценовая стратегия» была разработана в 90-е годы XX в. Амитом Пазгалом (Amit Pazgal), ныне профессором университета Райса в Хьюстоне, США. В конце прошлого века она была выложена в Интернет для свободного использования, поэтому при ее использовании авторские права не нарушаются.

КДИ «Ценовая стратегия» относится к классу коллективных (командных) игр. Количество команд может быть любым, оно определяется общим количеством участников игры. В команде может быть до 5 человек, но оптимальное их количество 3-4 участника. Исходя из обычных численности учебной группы и посещаемости, чаще всего в игре участвует 5-6 команд. Сценарий игры следующий.

"Ценовая Стратегия" – это игра, в которой участники управляют предприятием быстрого питания (бистро). Они должны принимать в каждом игровом периоде решение по ценам на свою продукцию (обеда) и расходам на рекламу. В более простом варианте игры, который мы здесь не рассматриваем, принимается решение только по ценам. Один период игры соответствует в реальности одной неделе. Известны переменные и постоянные затраты бистро на приготовление обедов в долларах. Новый спрос Q клиентов за период (т.е. за неделю) лучше всего можно приближенно описать линейной функцией:

$$Q = D - a \cdot P + b \cdot p \quad (1)$$

где D , a и b – некоторые постоянные параметры, P – цена бистро в долларах, p – средняя цена конкурентов в долларах, определяемая как среднее арифметическое цен конкурентов. Конкретно для нашей игры:

$$Q = 400 - 40 \cdot P + 21 \cdot p \quad (2)$$

Общий объем продаж бистро – сумма этого нового спроса и тех из клиентов предыдущего периода, кто остался лояльным к данному бистро. Анализ показал, что их доля – приблизительно 30 % от количества клиентов предыдущей недели, если бистро не поднимает свою цену более чем на 30%. Более продвинутый уровень игры позволяет бистро увеличивать свои продажи через агрессивную кампанию маркетинга. Затраты на маркетинг (то есть рекламу) на сумму M долларов увеличивают продажи бистро (новый спрос) на фактор $1 + M/K$, где K равно приблизительно 1500 долларов. В игре есть ограничение расходов на рекламу – бистро никогда не может увеличить новый спрос более чем на 80% с помощью расходов на маркетинг (т.е. тратить более 1200 долларов в неделю на рекламу бессмыс-

ленно). С учетом всех условий общий спрос быстро за период (неделю) определяется по формуле (3):

$$Q = (400 - 40 \cdot P + 21 \cdot p) \cdot \frac{1500 + M}{1500} + 0,3 \cdot Q_c \quad (3)$$

где Q_c – объем общего спроса предыдущего периода (при условии, что цена за неделю не возросла более чем на 30%).

Прибыль каждого быстро за период (т.е. за неделю) Pf определяется с учетом переменных затрат VC и постоянных затрат FC по формуле:

$$Pf = (P - VC)Q - FC \quad (4)$$

Конкретно для нашей игры переменные затраты равны 500 долларов в неделю, постоянные расходы составляют 3 доллара за обед. При базовой цене обеда у всех игроков 10 долларов, когда быстро начинает работать «с чистого листа» без рекламы, предполагается, что общий спрос для данного быстро равен 300 клиентов, тогда базовая прибыль составит 1600 долларов.

Рассмотрим возможные стратегии фирмы в игре "Ценовая стратегия" на примере сыгранной в одной из групп 3 курса специальности «Менеджмент внешнеэкономической деятельности» игры, занявшей в общей сложности 9 этапов. Результаты игры представлены в таблице 1.

Таблица 1

Игровая ведомость реальной игры

Этап	Цена				Реклама				Спрос				Прибыль				Прибыль суммарная				СЦК
	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	
1	10,0	9	8	8	600	300	700	500	334	356	484	448	1238	1336	1220	1240					8,33
2	8,5	8	8,5	8	550	400	600	800	415	428	468	524	1232	1240	1474	1320	2470	2576	2694	2560	8,17
3	8	9	8,8	9	400	350	575	700	462	399	458	479	1410	1547	1581	1674	3880	4123	4275	4234	8,93
4	8	9,5	8,5	9,3	300	300	580	700	463	359	479	451	1515	1533	1554	1641	5395	5656	5829	5875	9,10
5	9	9,8	9	9,1	400	300	615	670	135	343	474	467	1710	1532	1729	1678	7105	7188	7558	7553	9,30
6	9,4	8,9	9	8,5	410	373	610	700	394	392	461	508	1611	1437	1656	1594	8716	8625	9214	9147	8,80
7	8,3	8,5	8,9	9	400	410	635	500	437	126	456	444	1416	1433	1555	1664	10132	10058	10769	10811	8,80
8	8,5	8,4	9,1	9,1	400	480	630	440	442	457	445	414	1531	1487	1584	1585	11663	11545	12353	12396	8,87
9	9	8,6	9,2	9,1	500	450	440	400	436	458	414	406	1616	1614	1626	1576	13279	13159	13979	13972	8,97

Ф1 – Ф4 – это номера фирм (команд). СЦК – средняя цена конкурентов фирмы 1. Возможные решения рассмотрим с точки зрения фирмы № 1. Как видно из таблицы 1, фирма 1 заняла по итогам игры третье место с результатом по прибыли 13159 долларов. Попробуем рассмотреть другие стратегии для фирмы 3. Для этого в программе Excel построим таблицу, аналогичную игровой ведомости в таблице 1, в которую введем необходимые расчетные формулы. Попробуем два варианта стратегии для фирмы 1. В первом варианте, начиная с третьего этапа, установим постоянные затраты на рекламу в размере 600 долл., а цену на каждом этапе будем уменьшать на 5 центов. Как мы видим из таблицы 2, такая стратегия позволяет улучшить результат по итоговой прибыли до 13493 долл. (больше про-

шого варіанта на 214 долл. или на 1,6%), однако рейтинг фирмы остался тем же. Следовательно, эта стратегия нам не подходит.

Таблица 2

Второй вариант игровой стратегии

Этап	Цена				Реклама				Спрос				Прибыль				Прибыль суммарная				СЦК
	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	
1	10,0	9	8	8	600	300	700	500	334	356	484	448	1238	1336	1220	1240					8,33
2	8,5	8	8,5	8	550	400	600	800	416	429	469	525	1238	1245	1480	1325	2476	2581	2700	2565	8,17
3	8,45	9	8,8	9	600	350	575	700	473	403	462	485	1478	1568	1605	1710	3954	4149	4304	4275	8,93
4	8,4	9,5	8,5	9,3	600	300	580	700	498	364	485	457	1589	1566	1588	1679	5543	5715	5892	5954	9,10
5	8,35	9,8	9	9,1	600	300	615	670	514	340	470	464	1650	1512	1705	1660	7193	7227	7597	7615	9,30
6	8,3	8,9	9	8,5	600	373	610	700	507	382	450	495	1587	1381	1590	1523	8780	8608	9187	9137	8,80
7	8,25	8,5	8,9	9	600	410	635	500	508	423	454	440	1567	1417	1544	1640	10347	10024	10730	10777	8,80
8	8,2	8,4	9,1	9,1	600	480	630	440	513	454	442	411	1568	1472	1566	1567	11915	11496	12296	12344	8,87
9	8,15	8,6	9,2	9,1	600	450	440	400	520	449	407	398	1578	1564	1583	1528	13493	13060	13880	13872	8,97

Рассмотрим третий вариант игровой стратегии, в котором, начиная с третьего этапа, мы увеличиваем цену на 5 центов на каждом этапе, а рекламу оставляем из второго варианта.

Таблица 3

Третий вариант игровой стратегии

Этап	Цена				Реклама				Спрос				Прибыль				Прибыль суммарная				СЦК
	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	
1	10,0	9	8	8	600	300	700	500	334	356	484	448	1238	1336	1220	1240					8,33
2	8,5	8	8,5	8	550	400	600	800	416	429	469	525	1238	1245	1480	1325	2476	2581	2700	2565	8,17
3	8,55	9	8,8	9	600	350	575	700	467	404	463	486	1492	1574	1610	1716	3968	4155	4310	4281	8,93
4	8,6	9,5	8,5	9,3	600	300	580	700	485	366	487	459	1616	1579	1599	1692	5584	5734	5908	5973	9,10
5	8,65	9,8	9	9,1	600	300	615	670	494	343	474	467	1691	1532	1729	1679	7275	7266	7637	7651	9,30
6	8,7	8,9	9	8,5	600	373	610	700	479	385	455	501	1630	1399	1620	1556	8905	8665	9257	9207	8,80
7	8,75	8,5	8,9	9	600	410	635	500	471	428	460	447	1608	1444	1579	1682	10514	10109	10836	10889	8,80
8	8,8	8,4	9,1	9,1	600	480	630	440	468	461	450	418	1614	1509	1615	1610	12128	11618	12451	12499	8,87
9	8,85	8,6	9,2	9,1	600	450	440	400	468	457	416	406	1638	1609	1639	1577	13766	13228	14091	14075	8,97

Как мы видим из табл. 3, в этом варианте прибыль фирмы 1 больше начального значения на 487 долл., или на 3,7%, однако фирма по итогу игры по-прежнему на третьем месте по прибыли. Попробуем четвертый вариант – модификацию третьего варианта, в котором увеличим рекламу с третьего этапа до 1200 долл. и оставим на этом уровне до конца игры. Результаты представлены в таблице 4. Из нее видно, что фирма вышла на первое место по прибыли, увеличив итоговую прибыль по сравнению с начальным первым вариантом на 1434 долл., или на 10,8%.

Мы видим, что максимальные затраты на рекламу окупаются. Рассмотрим подробнее, как влияют затраты на рекламу на увеличение прибыли компании. Для этого рассчитаем коэффициент увеличения прибыли Куп для различных сочетаний цены фирмы Р и средней цены конкурентов р. Он исходит из формулы нового спроса в сценарии игры. Прибыль без использования рекламы Рf составит:

$$Pf = Q(P - 3) \quad (5)$$

Таблица 4

Четвертый вариант игровой стратегии

Этап	Цена				Реклама				Спрос				Прибыль				Прибыль суммарная				СЦК
	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	Ф1	Ф2	Ф3	Ф4	
1	10,0	9	8	8	600	300	700	500	334	356	484	448	1238	1336	1220	1240					8,33
2	8,5	8	8,5	8	550	400	600	800	416	429	469	525	1238	1245	1480	1325	2476	2581	2700	2565	8,17
3	8,55	9	8,8	9	1200	350	575	700	566	404	463	486	1441	1574	1610	1716	3917	4155	4310	4281	8,93
4	8,6	9,5	8,5	9,3	1200	300	580	700	613	366	487	459	1733	1579	1599	1692	5650	5734	5908	5973	9,10
5	8,65	9,8	9	9,1	1200	300	615	670	631	343	474	467	1865	1532	1729	1679	7515	7266	7637	7651	9,30
6	8,7	8,9	9	8,5	1200	373	610	700	615	385	455	501	1806	1399	1620	1556	9321	8665	9257	9207	8,80
7	8,75	8,5	8,9	9	1200	410	635	500	606	428	460	447	1785	1444	1579	1682	11105	10109	10836	10889	8,80
8	8,8	8,4	9,1	9,1	1200	480	630	440	602	461	450	418	1792	1509	1615	1610	12897	11618	12451	12499	8,87
9	8,85	8,6	9,2	9,1	1200	450	440	400	601	457	416	406	1816	1609	1639	1577	14713	13228	14091	14075	8,97

Прибыль с использованием рекламы P_{fm} равна:

$$P_{fm} = Q(P - 3)(1500 + M) / 1500 - M \quad (6)$$

Разность выражений (6) и (5) представляет собой изменение прибыли за счет применения рекламы. Разделив эту разность на выражение (5), получаем коэффициент увеличения прибыли $K_{уп}$. После математических преобразований и упрощений получаем следующую формулу для этого коэффициента:

$$K_{уп} = M / 1500 - M / (Q(P - 3)) \quad (7)$$

В диапазоне цен фирмы от 7 до 11 долл. и средней цены конкурентов в таком же диапазоне, соответствующем наиболее часто принимаемым решениям в игре, минимальное значение $K_{уп}$ равно $-0,000667M$, а максимальное равно $0,0003105M$. Результаты расчета значений $K_{уп}$ для различных сочетаний цен фирмы и средних цен конкурентов при максимальном значении M (т.е. 1200 долл.) представлены в табл.5. Темным шрифтом представлены положительные значения, светлым шрифтом – отрицательные значения. Однако, формула 4 не учитывает прирост спроса через этап за счет прихода 30% клиентов предыдущего этапа. С учетом этого обстоятельства коэффициент увеличения прибыли $K_{уп}$ для различных сочетаний цены фирмы P и средней цены конкурентов p принимает вид:

$$K_{уп} = 0,3 + 0,000867 \cdot M - M / (Q \times (P - 3)) \quad (8)$$

Результаты расчета при максимальном значении M , равном 1200, представлены в табл. 6. Из нее видно, что даже если цена фирмы выше средней цены конкурентов, все равно выгодно использовать рекламу, и чем больше, тем лучше. Если же учесть еще и прирост спроса на третьем и последующих этапах, коэффициент увеличения прибыли еще больше возрастет.

Мы рассмотрели влияние только одного параметра на прибыль фирмы – затрат на рекламу и выяснили, что в рамках общей стратегии целесообразны максимальные затраты на рекламу.

Что касается ценовой стратегии фирмы, то существует несколько выигрышных ценовых стратегий в игре "Ценовая стратегия". Одной из них является постепенное повышение цены с некоторого невысокого уровня, не превышающего средней цены конкурентов. С учетом того, что число этапов в игре конечно и обычно не превышает 12-15 (столько этапов можно сыграть за одну учебную пару), ценовая стратегия может быть также направлена на создание большой клиентской базы, в 1,5-2 раза превышающей ближайшего конкурента, а затем повышение цены в конце игры для получения наибольшей из всех фирм прибыли. В этом случае фирма начинает игру с небольшой цены (6-7 долл.), либо со средней (8-9 долл.) и затем снижает ее до получения нужного размера клиентской базы.

Моделирование игровой стратегии, подобное изложенному в данной статье, может быть выполнено студентами самостоятельно либо под руководством преподавателя (в несколько сокращенном объеме с учетом подготовки студентов). Это принесет большую пользу будущим менеджерам, поскольку на простой игровой модели им будут наглядно представлены последствия тех или иных стратегических решений. А практическое применение заранее подготовленных «домашних заготовок» по игровой стратегии позволит подтвердить или опровергнуть те идеи, которые были заложены в разработанные стратегии. Если все участники игры проведут подготовку своих стратегий заранее, с расчётом всех вариантов в тренировочном режиме, то уровень игры и качество принимаемых во время нее решений намного повысится. Кроме того, на базе результатов игры студенты могут выполнять задание по анализу принятых решений, что несомненно принесет пользу в развитии их стратегического мышления.

На примере этой игры мы можем сделать вывод, что современные командные КДИ в наибольшей степени отражают характерные черты реальной ситуации, в которой приходится принимать решения менеджеру:

- они учитывают специфику моделируемой области деятельности: предприятия, банка, биржи и т.д.;
- они моделируют конкуренцию и взаимодействие между командами соревнующихся;
- решение в сложной игре эффективно только в том случае, если оно принимается не единолично одним игроком, а командой, поэтому такие игры способствуют выработке навыков командной работы и коллективного принятия решений;
- КДИ моделируют взаимодействие игроков в команде и обучают командной работе в условиях стресса;
- успеха в игре можно добиться, только разработав правильную стратегию, поэтому игра учит мыслить стратегически и прогнозировать последствия принимаемых решений;
- анализ результатов игры позволяет выявить ошибки команд и не повторять их в реальных бизнес-ситуациях ("тяжело в учении – легко в бою").

Обобщая опыт применения КДИ в преподавании маркетинга для будущих менеджеров ВЭД, можно сделать следующие выводы.

1. КДИ обучают студентов принятию стратегических решений и умению анализировать макро- и микросреду маркетинга.

2. КДИ позволяют студентам получить необходимые в маркетинге навыки и компетенции.

3. Игры расширяют кругозор студентов и позволяют сравнить теоретический материал с игровыми моделями реального рынка.

4. КДИ позволяют проводить обучение большого количества людей в сжатые сроки (от 2 часов до 1 дня).

5. КДИ быстро диагностируют пробелы в знаниях студентов и побуждают их заниматься повышением своего профессионального уровня самостоятельно.

6. Студенты могут самостоятельно совершенствовать свои навыки в игре, работая за компьютером дома.

7. КДИ вносят дух соревновательности в обучение.

8. Очень важна эмоциональная составляющая игр, которая повышает их дидактический эффект.

9. Командные КДИ учат командной работе и способствуют сплочению студентов.

Одной из выигранных стратегий в игре "Ценовая стратегия" является постепенное повышение цены с максимальными затратами на рекламу. Анализ игры показал, что расходы на рекламу в любом объеме целесообразны, так как увеличивают клиентскую базу и прибыль.

Литература

1. Грабауров В. А. Информационные технологии для менеджеров. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 368 с. : ил. – (Прикладные информационные технологии).
2. Гидрович С.Р., Сыроежин И.М. Игровое моделирование экономических процессов (деловые игры). – М. : Экономика, 1976. – 116 с.
3. Емельянов С.В. Метод деловых игр. Обзор. / Емельянов С.В., Бурков В.Н., Ивановский А.Г. – М.: 1976. – 58 с.
4. Гарред Ч., Лондон Дж. Основы анализа операций на море. – М. : Воениздат, 1974. – 270 с.
5. А.К. Казанцев. Имитационное моделирование бизнес-процессов в формате деловых игр. / А.К. Казанцев, Л. С. Серова // Теория и практика : Сборник докладов третьей всероссийской научно-практической конференции ИММОД-2007. Том 1. – СПб : ФГУП ЦНИИТС. 2007. – С. 152-156.
6. Бельчиков Я.М., Бирштейн М.М. Деловые игры. – Рига : Авотс, 1989. – 304 с.
7. Дюков В.П. Опыт использования компьютерных деловых игр в преподавании маркетинга / Дюков В.П. // Вісник Хмельницького національного університету. № 6 т. 4 (181). Економічні науки. – Хмельницький : ХНУ. – 2011. – С. 194-197.

Аннотация

Дюков В.П. Компьютерная деловая игра как модель для принятия менеджером стратегических решений. – Статья.

В статье рассмотрена компьютерная деловая игра «Ценовая стратегия» как модель для принятия менеджером стратегических решений в области ценообразования и рекламных затрат. Проанализированы оптимальные стратегии участников

ігри. Показані дидактичні можливості даної гри для отримання учасниками навичок стратегічного мислення і аналізу.

Ключевые слова: комп'ютерна ділова гра, цінова стратегія, стратегічні рішення, навчання маркетингу, моделювання ігрової стратегії.

Анотація

Дюков В.П. Комп'ютерна ділова гра як модель для ухвалення менеджером стратегічних рішень. – Стаття.

У статті розглянута комп'ютерна ділова гра «Цінова стратегія» як модель для ухвалення менеджером стратегічних рішень в області ціноутворення та рекламних витрат. Проаналізовано оптимальні стратегії учасників гри. Показані дидактичні можливості даної гри для отримання учасниками навичок стратегічного мислення та аналізу.

Ключові слова: комп'ютерна ділова гра, цінова стратегія, стратегічні рішення, навчання маркетингу, моделювання ігрової стратегії.

Annotation

Djukov V.P. Computer business game as a model for the adoption of strategic decisions by manager. - Article.

In the article the computer business game "pricing strategy" is considered as a model for the adoption of strategic decisions by manager in the field of pricing and advertising expenses. The best strategies for game participants are analyzed. The didactic possibilities of the game for participants of strategic thinking skills and analysis are showing.

Keywords: computer business game, pricing strategy, strategic decisions, marketing training, simulation gaming strategy.

УДК 65.018.007.1

Борщ В.І.,

викладач кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

КОМПЕТЕНТНОСТНАЯ МОДЕЛЬ АНАЛИЗА УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

На современном этапе развития экономики один из основных акцентов в реализации стратегии развития предприятия делается на его человеческий капитал. При этом увеличение человеческого потенциала организации возможно посредством осуществления мероприятий, способствующих развитию персонала (в т.ч. и управленческого), в частности, развитию компетентности работников предприятия. Особенно актуальным стаёт вопрос использования метода компетенций с целью оценивания управленческого персонала, что является одним из краеугольных камней создания эффективной стратегии развития предприятия.

Вопрос формирования и практического использования компетенций является одним из наиболее существенных в сфере управления человеческим капиталом. Так значительное число зарубежных и отечественных ученых уделяет ему внимание. Среди них можно выделить таких представителей данного направления, как французский экономист Гай Ле Ботер, который в своих трудах исследовал теоретические аспекты управления компетентностью персонала [8]. Не менее ярким представителем является Роджер Миллс, проанализировавший составляющие компетенций на этапе их формирования и обосновавший сущность модели компетенций [6]. Проблеме разработки методологии оценки компетентности посвятил свои труды Дэвид Мак-Клелланд [9]. В свою очередь, американские ученые-экономисты Лайл Л. Спенсер и Сайн М. Спенсер предложили практические рекомендации, направленные на адаптацию моделей компетенций, использование которых даёт возможность сформировать на предприятии систему ключевых компетенций для соответствующих должностей [7].

Значительное место изучению вопроса компетентности уделила в своих работах украинка О.А. Гришнова, которая определила основные составляющие данного понятия и его связь с другими экономическими категориями такими, как «человеческий капитал» и «трудовой потенциал» [3]. Методы научного управления компетенциями персонала на промышленных предприятиях проанализировал и обосновал О.О. Ильченко [4].

Вместе с этим значительное число вопросов требует дальнейшей разработки, а именно – проблема оценки эффективности управленческой деятельности на основе системы ключевых компетенций. Решение данного вопроса позволит сформировать необходимые условия для подбора и отбора управленческих кадров, формирования их резерва, оценки и анализа деятельности менеджеров и поиска новых возможностей для их развития.

В соответствии с вышесказанным, целью данной статьи является формирования компетентностной модели анализа управленческой деятельности на предприятии.

В соответствии с целью перед автором были поставлены следующие задачи:

- 1) определить различия между категориями «компетентность» и «компетенция»;
- 2) проанализировать современные методики анализа компетентности и компетенций.

Прежде чем преступить к исследованию компетентностной модели оценки управленческой деятельности, необходимо определиться с ее основными категориями, такими как «компетентность» и «компетенция». По утверждениям гуру в данной области, это различные категории (хотя и взаимодополняемые) и путаница в их использовании ведет к неизбежным ошибкам в формировании компетентностной модели оценки на предприятии.

Так под *компетентностью* понимаются способности работника выполнять работу в соответствии с требованиями должности, задачами и стандартами, принятыми в организации или отрасли. Т.е. компетентности описывают то, что сотруднику необходимо уметь делать, чтобы эффективно выполнять свою работу, и они позволяют расщепить рабочий процесс на составляющие и увязать два базовых элемента работы – что нужно сделать и какому стандарту оно должно соответствовать. Так согласно National Vocational Qualification (NVQ), элемент компетентности – это описание того, что сотрудники, выполняющие определенные виды работы, должны уметь делать. Таким образом, компетентности связаны с результатом, а не с процессом работы и затратами, на него потраченными. Они делятся на три уровня:

1) базовые компетентности – приложимы к организации в целом; дают описание того, что должна уметь организация делать эффективно, чтобы преуспеть (например, могут включать такие факторы, как ориентация на клиента, инновационность и т.д.);

2) общие компетентности – необходимы к группе схожих рабочих процессов (например, для бухгалтеров, системных аналитиков, лидеров групп и т.д.); охватывают общие для должности аспекты работы и определяют, какими навыками должны обладать работники, чтобы достичь ожидаемых результатов;

3) специфические ролевые компетентности – относятся к одной конкретной роли; определяют специальные задачи, которые следует выполнить [1, с. 243-244].

Компетенция – это способность успешно действовать на основе практического опыта, умения и знаний при решении профессиональных задач. Иногда ее определяют как «разновидность поведения, которая лежит в основе компетентной работы», поскольку они описывают, как сотрудники ведут себя, когда эффективно выполняют свою работу [1, с. 244]. При этом в настоящее время используется не само понятие профессиональной компетенции, а *система профессиональных компетенций*. Компетенции получают характеристику системы только в том случае, когда они структурированы и охватывают все ключевые посты в организации. Использование данной системы как инструмента в управлении персоналом:

- позволяет напрямую связать систему управления человеческими ресурсами с бизнес-целями организации в текущем периоде и в стратегической перспективе;
- лежит в основе системы работы с персоналом, когда все элементы и стороны этой системы ориентированы на максимально возможный результат в данной отрасли;

- одинаково применима к различным типам организаций, т.к. выстраивается на базе механизмов координации, обеспечивая тем самым единство и согласованность в работе всех структурных подразделений;
- повышает отдачу при использовании ее как инструмента в сочетании с иными практиками менеджмента [5, с. 16-19].

Таким образом, концепция компетентности наилучшим образом приспособлена для практических действий, в отличие от концепции компетенции, поскольку первая связана с тем, что сотрудники должны делать для получения результата. Она не рассматривает способ, как они это делают. При этом в данной концепции практики и ученые склоняются к созданию списков обобщенных личностных характеристик. В соответствии с этим, компетентность можно измерить через результат, что является более эффективным, нежели попытки измерить личностные характеристики или личностные качества.

Для проведения анализа компетентности необходимо получить ответы на следующие вопросы:

- Из чего состоит данный вид работы, т.е. что должен делать исполнитель (выражается как основные задачи или области основного результата)?

- Что является приемлемым стандартом эффективности работы для каждого элемента?

- Какие уровни знаний и навыков требуются для того, чтобы исполнитель был полностью компетентен в каждом элементе трудового процесса?

- Откуда исполнители и их менеджеры узнают, что требуемый уровень компетентности достигнут?

В результате, для National Vocational Qualifications был сформирован *функциональный анализ*, что представляет собой метод, используемый для определения стандартов на базе компетентностей. Он базируется на описании ключевых целей работников определенной должности, а затем на их основе определяются основные исполняемые функции. Анализ должен концентрироваться на итогах деятельности с целью установления ожиданий в области эффективности работы по мере того, как требуемая информация будет определять стандарты компетентности.

Когда единицы и элементы компетентности будут определены, ставит вопрос: «Какие качества результатов, выраженные в критериях эффективности работы, оценивающий NVQ может использовать, чтобы судить соответствует ли эффективность работы сотрудника требуемым стандартам?».

Таким образом, функциональный анализ направлен на определение стандартов NVQ путем создания определений единиц и элементов компетентности, критериев эффективности работы и критериев выполнения. Последние сопутствуют каждому элементу и отражают весь диапазон обстоятельств, в которых будет применяться компетентность.

Анализ компетенций нацелен на оценку поведенческих стилей ролей в отличие от анализа компетентности. Существует семь подходов к анализу компетенций:

- мнение эксперта;
- структурированное интервью;
- семинары;
- функциональный анализ;

- метод критических инцидентов;
- репертуарные решетки;
- оценка компетенций (табл. 1).

Таблица 1

Методы формирования и анализа компетенций

Метод анализа		Характеристика метода
1.	Мнение эксперта	Список компетенций формируется экспертом либо сотрудником отдела HR (возможно, в ходе обсуждения с другими экспертами) исходя из собственного понимания того, что важно. Наименее удовлетворительный способ, т.к. совпадение компетенций, подходящих организации, а также реалистичных и измеримых без подобного анализа, будет достаточно отдаленным.
2.	Структурированное интервью	В первую очередь, происходит формирование экспертами списка компетенций, после чего проводится структурированное интервью с работниками, где определяются области ключевого результата или основных сфер ответственности роли, а затем проводится анализ поведенческих характеристик, различающих работников на различных уровнях компетентности. Здесь используется метод индукции, который начинается с анализа специфических видов поведения, а затем группирует их под рубриками компетенций.
3.	Семинары	В первую очередь, группа экспертов во главе с фасилитатором (основная задача которого не влияя на экспертов привести их к окончательному решению) определяет области компетенций (области ключевого результата или основные сферы ответственности); далее формируют положительные и отрицательные индикаторы этих областей по шкалам компетенций, благодаря чему выстраивается общая картина компетенций, привязанная к реальному поведению на рабочем месте.
4.	Метод критических инцидентов	Представляет собой способ извлечения данных об (не-) эффективном поведении, связанном с примерами реальных случаев. В первую очередь, согласуются и перечисляются основные области ответственности в рамках работы, которая подлежит анализу, затем в группе работников (экспертов) рассматривается каждая область рабочего процесса и приводятся примеры критических инцидентов. Происходит сбор о критическом инциденте (процесс повторяется для каждой области ответственности), дается оценка каждому случаю поведения для получения базовых определений (не-)эффективной работы. Проводится итоговый анализ, на котором происходит обсуждение требуемых компетенций, индикаторов и стандартов эффективности работы для каждой базовой ответственности или главной задачи.
5.	Репертуарные решетки	Основана на теории «личностного конструктора» Келли (т.е. того, как мы видим мир). Конструктор исключительно индивидуален и оказывает влияние на наше поведение или восприятие поведения окружающих. Аспекты работы, к которым применимы эти конструкторы или суждения, называются элементами. Для получения суждений группу сотрудников просят сконцентрироваться на определенных элементах, которые являются задачами, выполняемыми работниками, и создать конструкторы, касающиеся этих элементов. Это позволяет определить качества, которые указывают на требования эффективной работы.

		<p>Эта процедура называется тройственный метод вывода, включающая следующие шаги. В первую очередь, определяются задачи (элементы) работы (например, в форме интервью), которые будут подвергнуты анализу, и записываются на карточки; выбранные 3 карты наугад оцениваются членами группы, какая из них отличается от остальных качествами и характеристика, необходимыми для ее выполнения (характеристика оформляется в виде ожидаемого поведения). Процесс выбора карточек и их анализ повторяется до тех пор, пока все карты не будут проанализированы и не останется конструкторов, которые можно было бы проанализировать. Затем происходит оценка каждой задачи по каждому качеству по определенной заранее шкале. В конце проводится сбор и анализ оценок для изучения их относительной важности (с помощью статистических методов). В результате исследования получаем описание того, что составляет (не-)эффективную работу в каждом элементе трудового процесса.</p>
6.	<p>Оценка компетенций</p>	<p>Основан на исследованиях Д. Макклелланда о переменных величинах компетенций, определяющих эффективность работы. Выделяют 20 компетенций, разбитых на 6 кластеров: достижений, помощи (обслуживания), влияния, менеджмента, когнитивного мышления, личной эффективности. Метод используется для моделирования компетенций для обобщенной роли. В первую очередь, группа экспертов выражают свое мнение о трудовом процессе, связанных с ней обязанностями и ответственностями, о возможных изменениях, которые роль претерпит в будущем, и о критериях, по которым будет измеряться эффективность работы исполнителя. Также определяются лучшие, средние и худшие сотрудники предприятия. После этого проводится «поведенческое интервью» с названными сотрудниками, в котором акцент делается на различиях между имеющейся у работника концепцией того, что требуется для успешной работы, и тем, что он/она делает для достижения успеха. Интервью нацелено на исследование, а не на размышления, т.е. целью является сбор как можно более точных данных о трудовом процессе. После интервью делается анализ различий между лучшими, средними и худшими сотрудниками, результаты которого могут быть выражены в виде компетенций, действий, критериев компетенций и критериев эффективности, которые лучшие сотрудники демонстрируют.</p>

Методы формирования и исследования компетенций представлены в порядке нарастания их сложности (определяемой временными, человеческими, финансовыми затратами, многоэтапностью проведения). Выбор экспертами метода из имеющихся происходит в зависимости от целей ситуации исследования. Так такие подходы, как методы критических инцидентов и анализа репертуарной решетки, наиболее конкретные и эффективные, но они требуют больших затрат времени, а кроме того для их эффективного применения требуется опыт.

На базе описанных выше методик был предложен *метод таксономии* (теория классификации и систематизации сложноорганизованных областей действительности, имеющих обычно иерархическое строение) для определения интегрального показателя составляющих профессиональной компетентности. Использование таксономического показателя уровня развития профессиональной компетентности управленческого персонала обусловлено тем, что он представляет со-

бой синтетическую величину ($0 \leq t \leq 1$), что позволяет не только проанализировать критические элементы исследуемой совокупности (как это происходит в выше перечисленных методиках), а также сравнить их уровень развития. Этапы данной методики следующие:

1. Распределение характеристик трудового процесса на стимуляторы и дестимуляторы.

2. Построение эталона профессиональной компетентности управленческого персонала, характеризуемого высоким значением показателей среди стимуляторов и низким среди дестимуляторов.

3. Проведение анализа развития профессиональной компетентности выбранным способом (например, могут использоваться самооценка, анкетный опрос, метод ассесмент-центра и т.д.), что предусматривает определение уровня развития знаний и оценку стадии жизненного цикла знаний, умений и навыков по определенной ранее шкале (ранжирование показателей) и расчет значения частоты отнесения экспертами сотрудников к классам с низким, средним и высоким уровнем профессиональной компетентности, что для каждого сотрудника было сопоставлено со значением его интегрального показателя.

4. Полученные данные являются исходными для построения графика функции принадлежности интегрального показателя профессиональной компетентности управленческих кадров к качественным характеристикам низкого, среднего и высокого уровня развития [2, с.].

Данная методика позволяет с помощью графика четко определить границы выделенных классов, благодаря чему возможно позиционирование как отдельных сотрудников, так и всего предприятия относительно уровня развития профессиональной компетентности персонала.

Таким образом, исследование имеющихся методик формирования и оценивания профессиональной компетентности персонала организаций, позволяет выделить способ оценивания управленческого персонала на основе компетентностной модели исследования. В результате чего получается возможность не только сформировать возможную систему компетенций и компетентностей на предприятии, но и на ее основе провести качественный анализ эффективности управленческой деятельности. Что дает перспективы формирования критических точек ответственности по позициям на предприятии, оценить имеющиеся возможности для дальнейшего развития на основе процессов управления эффективностью работы предприятия.

Литература

1. Армстронг М. Performance Management. Управление эффективностью работы / М. Армстронг, А. Бэрн; 2-е изд. Пер. с англ. – М. : Hippo Publishing, 2007. – 384 с.
2. Голубева Т.В. Оцінювання рівня розвитку професійної компетентності управлінського персоналу промислового підприємства / Т.В. Голубева, І.В. Литовченко // Бізнес-Інформ. – 2011. – №5(2). – С. 83-88
3. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О.А. Грішнова. – К. : Знання, 2000. – 255 с.
4. Ильченко О.О. Компетенции персонала : методы научного управления / О.О. Ильченко // Управление развитием персонала. – 2006. – №4. – С. 252-260

5. Кузнецов Э.А. Менеджмент-образование в Украине : системный подход / Э.А. Кузнецов, И.М. Ненно. – Одесса : Наука и техника, 2005. – 120 с.
6. Миллс Р. Компетенции. Карманный справочник / Р. Миллс ; пер. с англ. – М. : НИРРО, 2004. – 128 с.
7. Спенсер Лайл Л. Компетенции на работе / Лайл Л. Спенсер, Сайн М. Спенсер; пер. с англ. – М. : НИРРО, 2005. – 384 с.
8. Guy Le Boterf. L'ingenierie des competences / Le Boterf Guy. – Paris : Editions d'organisation, 1998. – 416 p.
9. McClelland D. A guide to job competence assessment / D. McClelland. – Boston : McBer, 1976. – 178 p.

Аннотация

Борщ В.И. Компетентностная модель оценки эффективности управленческой деятельности на предприятии. – Статья.

В статье уточнена разница между базовыми понятиями «компетентность» и «компетенция», рассмотрена категория «система компетенций». Проанализированы существующие методики формирования и анализа компетентности и компетенций. Рассмотрен метод таксономии для определения интегрального показателя составляющих профессиональной компетентности управленческих кадров.

Ключевые слова: компетентность, компетенция, система компетенций, метод таксономии.

Анотація

Борщ В.І. Компетентнісна модель оцінювання ефективності управлінської діяльності на підприємстві. – Стаття.

У статті уточнена різниця між базовими категоріями «компетентність» та «компетенція», розглянуто поняття «системи компетенцій». Проаналізовані існуючі методики формування та аналізу компетентності та компетенцій. Розглянуто метод таксономії для визначення інтегрального показника складових професійної компетентності управлінських кадрів.

Ключові слова: компетентність, компетенція, система компетенцій, метод таксономії.

Annotation

Borshtch V.I. Appraisal model of the effectiveness of enterprise's managerial activity on the basis of the competences. – Article.

The difference between the basic categories as competence and competency is specified in the article. The category of system of competencies is also viewed. The existent methodologies of formation and analysis of competence and competencies are considered. The taxonomy method of the determination of the integral index of the executive's professional competence is also examined in the article.

Keywords: competence, competency, system of competencies, taxonomy.

УДК 004:339.178.4

Васильєв С.Г.,

старший викладач кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ПОБУДОВА КОМПЛЕКСНОЇ МОДЕЛІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Одному із затребуваних завдань у вивченні систем управління підприємствами є завдання підвищення її ефективності. У рамках рішення цієї задачі одним із затребуваних інструментів є моделювання. Побудова комплексної моделі управління підприємством у рамках цього підходу дозволить вирішити багато завдань по формуванню і вдосконаленню системи управління підприємством.

Створенню інформаційних систем управління економічними об'єктами присвячені роботи вітчизняних і зарубіжних учених і фахівців: І. Ансоффа, Л. Аплгейта, К. Віта, Дж. Гелбрейта, Т. Давенпорта, А. Даніліна, А. Дробіка, Р. Ентоні, Д. Коллінза, М.С. Крішнана, Е.А. Кузнєцова, С.К. Прахалада, Дж. Росса, А. Слюсаренка, М. Субрамані, О.А. Турецького, Г.М. Устімової та ін.

У роботах цих учених детально розглядаються методи, принципи і підходи при побудові інформаційних систем. Особливістю даних робіт є те, що не розглядалися властивості моделювання роботи підприємства при побудові інформаційної системи управління підприємством. Ці завдання були виключені з розгляду для спрощення постановки у загальному вигляді.

Специфіка цього завдання полягає в тому, що у рамках загальної конструкції об'єкту, підприємство складається з безлічі у край неоднорідних елементів, які мають різні властивості, описуються різними формами, прийнятими у науковому світі і бізнес середовищу. Ці властивості підприємства як об'єкту, сильно утрудняють побудову комплексної моделі. На практиці моделюють окремі елементи в системі підприємства, що дозволяє вирішувати локальні завдання, але цей підхід не призводить до росту ефективності системи управління підприємством через неможливість узгодження окремих завдань надалі, оскільки для опису завдань і їх рішення застосовуються різні форми і методи [1, с. 471; 2, с. 12; 4, с. 149].

Мета проведеного дослідження полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних підходів та розробці практичних рекомендацій щодо методів формування моделі системи управління підприємством.

Побудова комплексної моделі, у рамках якої можна отримати єдиний, погоджений опис усіх елементів підприємства дозволить істотно підвищити якість системи управління підприємством в цілому і рішення окремих завдань управління локальне.

Одному із завдань у рамках вирішення цієї проблеми можна виділити пошук універсальної форми опису усіх елементів підприємства, як єдиної системи.

В якості бази подібної моделі пропонується узяти наступну форму опису, на основі моделі знання.

Система управління підприємством ми можемо уявити, як систему знань, використовувану у рамках цього підприємства, з двома завданнями:

- Мінімізація ризиків діяльності, формування стійкого життєвого циклу.
- Максимізація залучення ресурсів для забезпечення життєдіяльності підприємства.

Важливим елементом рішення цієї задачі є пошук методології і форми опису усіх процесів і елементів існуючих в діяльності підприємства. З урахуванням кількості описуваних елементів, їх властивостей і отримуваних взаємодій, виникає необхідність в застосування відповідного інструменту для побудови і обробки моделі.

На сьогодні найбільш вдалим рішенням є програмний продукт «Business Studio» компанії «Сучасні технології управління», Росія, м. Самара.

У цьому продукті використовується наступна методологія опису :

Виділяються три рівні об'єктів:

- Цілі.
- Завдання.
- Ресурси.

У рамках побудови моделі застосовуються наступні підходи. Система управління організацією розуміється як сукупність взаємозв'язаних елементів, з яких основними є система цілей і показників, модель бізнес-процесів і організаційна структура управління.

Система цілей і показників відповідає на питання «Чого»? необхідно досягти організації і як визначатиметься досягнення цілей, модель бізнес-процесів відповідає на питання «Що»? «Коли»? (в деяких випадках і «Як»?) необхідно для цього робити, організаційна структура відповідає на питання «Хто?» це робитиме [7, с. 3].

Систему цілей задає власник, як власник ресурсів.

Цілі, які може поставити власник залежно від своїх потреб, можна розділити на три типи:

Фінансові цілі – самі поширені види цілей. Базуються на основі грошового виміру.

Приклади:

- Прибуток за рік.
- Витрати за місяць.

Системні цілі – цілі, які повинне досягати підприємство для забезпечення функціонування системи вище рівня. Наприклад, якщо підприємство стикається з відсутністю необхідної кількості сировини, яка критична для виробництва, вона створює свої виробничі потужності.

Особисті (психологічні) цілі – особисті цілі власника лежать в області його психології і базуються на його потреби в саморозвитку, громадському визнанні, положенні у своїй соціальній групі і тому подібне. Це найскладніші для виявлення і формалізації цілі, тому що, як правило, людина вважає за краще про них не висловлюватися. [7, с. 6]

Для повної формалізації мети необхідно задати конкретні показники її досягнення. Показник визначає, наскільки ми близькі до поставленої мети. Наприклад,

якщо поставлена мета «Отримання заданого рівня прибутку в квартал», то показником досягнення цієї мети буде «Прибуток в квартал».

Показники повинні:

- Бути вимірними.
- Мати задані цільові значення.

Визначившись з найвищою метою, необхідно розробити стратегію її досягнення – стратегію організації.

Стратегія – сукупність взаємозв'язаних заходів і рішень, що визначають пріоритетні напрями витрат ресурсів і зусиль підприємства по досягненню заздалегідь визначених і погоджених з власником цілей. Стратегія дає відповідь на питання, як добитися поставлених цілей [5, с. 17].

Із стратегії повинні виходити основні вимоги до системи управління:

- стратегічні цілі, що є декомпозицією найвищої мети організації (кількість рівнів залежить від детальності опрацювання стратегії);
- цільові значення показників для визначення верхнього рівня системи цілей організації;
- кількість рівнів управління.

Із стратегії витікає конкретна система управління підприємством, деталізована до рівня окремих виконавців.

Управляти – означає приводити об'єкт управління в цільовий стан. Виходячи з цього визначення, можна виділити основні елементи системи управління організацією. Цільовий стан об'єктів управління задає система цілей і показників, діяльність по приведенню об'єктів управління в потрібний стан описується за допомогою моделі бізнес-процесів, виконавці цієї діяльності визначаються організаційною структурою (рис.1).

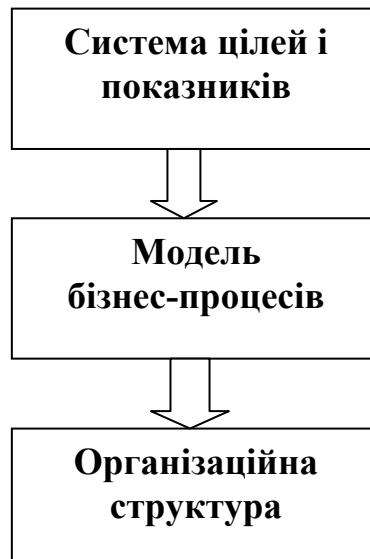


Рисунок 1. Елементи системи управління

Слід зазначити, що на ранніх фазах розвитку організації підприємства управління деякими об'єктами має низьке значення (наприклад, власником, якщо він є першою особою підприємства, тобто знаходиться усередині системи управління), такі об'єкти можуть не розглядатися для спрощення проектування системи управ-

ління, але це не означає, що вони в принципі відсутні. В деяких випадках можуть з'являтися і інші об'єкти управління (наприклад, сама система управління, якщо говорити про потребу в періодичному приведенні її до нового, ефективнішого для реалізації стратегії стану) [3, с. 5; 6, с. 13].

Завданням системи управління є переклад об'єктів управління з початкового стану в кінцевий, необхідний для отримання заданих результатів діяльності і досягнення цілей підприємства.

Необхідно пам'ятати, що при проектуванні системи управління має бути проголошений примат діяльності над організаційною структурою. Іншими словами, в ході проектування дається відповідь не на питання «що робить те або інший підрозділ», а «що повинне робитися для досягнення тієї або іншої мети і ким».

Виходячи із складу елементів системи управління і їх логічного взаємозв'язку, послідовність проектування системи управління «з нуля» виглядає таким чином:

1. Формулювання найвищої мети організації.
2. Розробка стратегії.
3. Формування верхнього рівня системи цілей і показників.
4. Визначення об'єктів управління.
5. Розробка моделі бізнес-процесів, формування нижнього рівня системи цілей і показників.
6. Проектування організаційної структури.
7. Формування регламентуючої і методичної документації.
8. Автоматизація системи управління (при необхідності) [7, с. 8].

В якості прикладу можна привести список набір типових об'єктів управління, запропонований Тімуром Кадиевим.

Будь-яка організація повинна управляти наступними основними об'єктами:

1. Власник
2. Споживач
3. Продукт
4. Техпроцес (виробничий процес, процес надання послуги)
5. Постачальник
6. Виробничо-технологічне устаткування
7. Інженерно-технічна інфраструктура
8. Робоча сила (персонал)
9. Капітал

Завданням системи управління є переклад об'єктів управління з початкового природного стану в кінцевий, необхідний для отримання певних результатів діяльності і досягнення цілей підприємства.

Відповідно до виділеного набору об'єктів управління можна виділити бізнес-процеси верхнього рівня [7, с. 9].

В якості інструменту для опису діяльності по управлінню використовується процесний підхід.

Процесний підхід – підхід до аналізу і синтезу діяльності організації, заснований на виділенні тих, що становлять діяльність бізнес-процесів.

Таблиця 1

Бізнес-процеси верхнього рівня

Об'єкт управління	Бізнес-процес
Власник	Залучення і обслуговування статутного капіталу
Споживач	Просування і продажі
Продукт	Розробка нових і вдосконалення існуючих продуктів (послуг)
Техпроцес (виробничий процес, процес надання послуги)	Виробництво
Постачальник	Відтворення ресурсів
Виробничо-технологічне устаткування	Відтворення виробничо-технологічного устаткування
Об'єкти інженерно-технічної інфраструктури	Відтворення об'єктів інженерно-технічної інфраструктури
Робоча сила	Відтворення робочої сили
Капітал	Фінансування діяльності і розрахунки

У рамках процесного підходу система будується на управлінні функціями і управлінні бізнес-процесами підприємства.

Бізнес-процес – послідовність дій (підпроцесів), спрямована на отримання заданого результату, цінного для організації [7, с. 4].

Системи управління, побудовані на принципах управління функціями, є ієрархічною пірамідальною структурою підрозділів, згрупованих по виконуваних функціях. Під функціональним підрозділом можна розуміти групу фахівців в цій функціональній області. У організаціях, побудованих за цим принципом, управління здійснюється на адміністративно-командних принципах.

Іншим підходом побудови систем управління є управління потоками робіт або процесами, що становлять діяльність підприємства. Процесна організація припускає координатора – власника процесу і виконавців з різних функціональних напрямів, об'єданих за принципом єдності результату бізнес-процеса.

Поняття бізнес-процес лежить в основі процесного підходу до аналізу і синтезу діяльності підприємства. Процесний підхід дозволяє розглядати діяльність підприємства як пов'язану систему бізнес-процесів, кожен з яких протікає у взаємозв'язку з іншими бізнес-процесами або зовнішнім середовищем.

Активно використовуються наступні форми опису бізнесу:

1. IDEF0 – нотація графічного моделювання.

2. Нотації Процес (Basic Flowchart) і Процедура (Cross Functional Flowchart) використовуються для представлення алгоритму (сценарію) виконання процесу і дозволяють задати причинно-наслідкові зв'язки і тимчасову послідовність виконання дій процесу.

3. Нотація EPC (Event – Driven Process Chain – подієвий ланцюжок процесів).

4. BPMN 2.0 – використовується для представлення алгоритму виконання процесу (нотація класу workflow).

Вказані засоби моделювання дозволяють побудувати єдину модель підприємства, описавши ключові параметри діяльності і базові процеси, що забезпечують організацію робіт на підприємстві. Отримана модель дозволяє вирішувати широкий спектр управлінських завдань: декомпозиція цілей, перевірку реалістичності цілей, зв'язок цілей і завдань, забезпеченість завдань ресурсами, можливість рішення задачі на базі існуючих процесів підприємства, розподіл і узгодження повноважень співробітників.

Незважаючи на розвинені форми опису і наскрізну методологію, це рішення не дозволяє вирішити усіх завдань пов'язаних з описом діяльності підприємства як єдиного об'єкту. Невирішеними залишаються завдання з області управління персоналом і описи поведінки споживача, забезпечення процесів управління персоналом потрібного рівня компетенції, а також широкий клас завдань за погодженням окремих рішень в єдину модель.

Література

1. Васильев С.Г. Роль и воздействие информации на управление экономическими процессами на предприятии. Коллективная монография «Актуальные проблемы экономики и менеджмента», под редакцией Кузнецова Э.А., – Харьков: изд-во «Бурун-Книга», 2011. – 509 с.
2. Васильев С.Г. Модели и методики организации информационной базы предприятия для решения задач управления с использованием информационных систем: учеб. пособ., – Одесса : 2006. – 95 с.
3. Васильев С.Г. Кузнецов Э.А. Формирование требований к построению информационной системы, обеспечивающей задачи корпоративного управления. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – Т.11 (Випуск 20). – Частина 1. Одесса : 2008. – 277 с.
4. Зиндер Е.З. Новое в архитектурах предприятий и их ИТ-систем: возможности и риски. "Современные технологии управления предприятием и возможности использования информационных систем: состояние, проблемы, перспективы", Одесса: 30-31 марта 2012. – 333 с.
5. Данилин А., Слюсаренко А. Архитектура и стратегия. «Инь» и «Янь» информационных технологий предприятия. – М.: Интернет-ун-т информ. технологий, 2005. – 504 с.
6. Турецкий О.А. Информация: природа, формы и механизмы энерго-информационного воздействия: Научно-методическое пособие. – Одесса : принт-студия «Абрикос» СПД Бровкин А.В., 2008. – 32 с.
7. Проектирование системы управления, методические рекомендации [Электронне джерело] – Режим доступа : <http://businessstudio.ru/wiki/docs/current/doku.php/ru/csdesign/csdesign>. – 99 с.

Анотація

Васильєв С.Г. Побудова комплексної моделі системи управління підприємством. – Стаття.

У статті досліджується методологія та форми побудови комплексної моделі управління підприємством. Дослідженні можливості цього підходу вирішувати багато завдань по формуванню і вдосконаленню системи управління підприємством.

Ключові слова: модель, інформаційна система, бізнес-процес.

Аннотация

Васильев С.Г. Построение комплексной модели системы управления предприятием. – Стаття.

В статье исследуется методология и формы построения комплексной модели управления предприятием. Исследованы возможности этого подхода решать много заданий по формированию и совершенствованию системы управления предприятием.

Ключевые слова: модель, информационная система, бизнес-процесс.

Annotation

Vasyliiev S.G. Construction of the integrated model of enterprise management system. – Article.

The article examines the methodology and forms of building an integrated model of management. The possibilities of this approach to solve a lot of tasks to establish and improve enterprise management system.

Keywords: model, information system, business process.

УДК 658.512.8

Захарченко А.І.,

викладач-методист

державного вищого навчального закладу

“Купянський автотранспортний коледж”

ДОСВІД РОЗВИТКУ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ВИРОБНИЦТВОМ ЗА КОРДОНОМ

Аналіз процесів, які відбуваються у світовій і вітчизняній економіці, свідчить, що результати інноваційної діяльності, ініційованої прискоренням темпів науково-технічного прогресу, суттєво впливають на всі аспекти розвитку суспільства, сприяють виходу зі складної економічної ситуації, забезпечують стабільність розвитку економіки, надають новий імпульс для її зростання. Тому інноваційна модель економічного розвитку залишається надзвичайно привабливою та найбільш прийнятною в умовах українського сьогодення.

Головною перевагою інноваційного шляху розвитку є забезпечення економічного зростання без пропорційного збільшення споживання сировинних ресурсів, формування умов, за яких інвестування у творчий та науковий потенціал суспільства стає надзвичайно вигідним. Адже інноваційний розвиток, спираючись на загальні принципи циклічного розвитку науково-технічного прогресу, визначає об'єктивну потребу зміни поколінь техніки та технологій, передбачає можливі альтернативні варіанти впровадження науково-технічних нововведень тощо.

Однак відомо, що інноваційна діяльність потребує значних фінансових вкладень і має високий ступінь ризику, особливо це стосується промислового виробництва. Щоб забезпечити максимально високу економічну ефективність впровадження інноваційних рішень й уникнути неефективного вкладання коштів промисловими підприємствами, необхідно не тільки вирішити проблеми трансформації існуючих систем управління промисловими підприємствами України, а й розв'язувати комплекс питань, які стосуються формування, наукового обґрунтування та практичного впровадження системи управління інноваційним розвитком, з одночасним розробленням і впровадженням відповідних організаційно-економічних методів.

Особливої уваги при цьому потребує система управління вибором напрямків інноваційного розвитку промислових підприємств, удосконалення якої дозволить уникнути непродуктивних витрат ресурсів, зосередити зусилля на тих напрямках, де є шанс досягти успіху й зайняти міцні позиції на вітчизняному та світовому ринках. Адже стрімкий науково-технічний розвиток вимагає від суб'єктів господарювання вчасного виявлення не тільки існуючих, а й прихованих потреб, упровадження у виробництво та реалізації ефективних напрямків інноваційного розвитку, орієнтованих на задоволення потреб і запитів споживачів. Це все і стає запорукою комплексного розвитку суспільства, оскільки конкуренція ідей та інновацій забезпечує надзвичайно високу динаміку суспільних змін, а вибір найоптимальніших з них не тільки сприяє економічному зростанню держави, а й забезпе-

чує зміцнення її позицій у світовому просторі.

Саме тому існує необхідність в науковому обґрунтуванні теоретико-методичних основ управління інноваційним розвитком, створенні і практичному впровадженні ефективної системи управління вибором напрямків інноваційного розвитку промислових підприємств, орієнтованої на оптимальне поєднання інтересів виробника інноваційної продукції та її споживача як на вітчизняному, так і на світовому ринку.

Сучасне управління засноване на застосуванні економіко-математичних методів і обчислювальної техніки на всіх рівнях внутріфірмового управління від довгострокового стратегічного прогнозування та управління до оперативного управління ходом виробництва на ділянках підприємства. І зарубіжний досвід для українських промислових підприємств тут не зайвий.

Питанням оптимізації оперативного управління машинобудівним виробництвом присвятили свої роботи В.І. Захарченко [2], К.М. Петрович [5], В.В. Титов [6] та інші вчені. Представляючи промислове підприємства у вигляді великої, складної, динамічної, ймовірної, виробничої, соціально-економічної, багатокритеріальної системи, як вказують вчені, слід зробити висновок про те, що система управління нею не може бути простою.

Мета статті полягає в узагальненні зарубіжного досвіду в удосконаленні систем оперативного управління сучасним інноваційним промисловим підприємством.

Аналіз суспільного розвитку протягом усієї історії людства показує, що він спирається на різного роду нововведення, які періодично докорінно змінювали основи цивілізації. Слід зазначити, що таких нововведень було не так вже й багато. Існує думка, що якщо з історії «вилучити» лише кілька сот осіб, авторів нововведень у різних галузях людської діяльності, то людство буде відкинуте в часи первісного існування. До нововведень, що змінили історію людства, можна віднести: освоєння вогню, створення кам'яних знарядь праці, виникнення мови, перехід від мисливства і збирання до скотарства та вирощування рослин, створення писемності, розроблення технології і техніки друкування, використання енергії пару, відкриття й освоєння електрики, розроблення засобів передачі інформації на відстань, створення комп'ютера і комп'ютерну обробку інформації, використання ядерної енергії, розроблення біотехнологій і засобів генної інженерії тощо. Звичайно, наведений перелік революційних нововведень досить обмежений і має багато прогалин, проте він дає загальне уявлення про поступальний хід розвитку людського суспільства, на основі нововведень.

Суспільний розвиток не є рівномірним. Можливі досить тривалі періоди уповільнення таких процесів розвитку, коли використовуються традиційні засоби й сили, а нововведення (в основному поліпшуючі, але радикальні, що випереджають час і не знаходять застосування) лише незначною мірою змінюють їх.

Проте поступово накопичуються труднощі і протиріччя, які не можуть бути розв'язані існуючими засобами. Вони можуть бути подолані тільки за допомогою нових способів виробництва, техніки і технологій тощо, які забезпечують стрімке прискорення на новому витку розвитку суспільства. Проте з часом розвиток уповільниться, і цикл повториться знову.

Завершена модель циклічності соціально-економічного розвитку вперше була запропонована М. Кондрат'євим, який причину циклічності (великих циклів кон'юнктури, або «довгих хвиль» Кондрат'єва, тривалістю 40-60 років) вбачав у науково-технічних відкриттях і можливості їх застосування.

Заради справедливості слід зазначити, що перша спроба розроблення теорії «довгих хвиль» була зроблена ще в 1847 р. англійським науковцем Х.Кларком. Він виявив 54-річний розрив між кризами 1793 р. і 1847 р., але причин цього явища чітко не визначив.

Проблематику циклічності економічного розвитку досліджував і К. Маркс, який виявив, що з певною періодичністю (циклічністю тривалістю 7-11 років – короткі хвилі економічного розвитку) виникають кризи, спричинені перевиробництвом. Він розрізняв у виявлених циклах чотири фази: криза, депресія, поживлення, піднесення.

Проаналізуємо розвиток систем оперативного управління інноваційним виробництвом (ОУВ) за кордоном [1, 4, 6, 7, 8]. Найбільшого поширення набули три системи. Розроблена в США система MRP (Manufacturing Resource Planning) раніше називалася системою планування потреб (програмне забезпечення для неї досить широко відомо і в Україні). В межах концепції інтегрованого автоматизованого виробництва CIM (Computer Integreted Manufacturing) планування потреб трансформувалася в систему планування виробничих ресурсів. Друга система MAP (Material Availadility Planning), також виникла в США в якості альтернативи системі MRP, являє собою систему планування реального забезпечення матеріальними ресурсами. Японська система ОУВ «канбан» (kanban) заснована на принципі «точно в строк» («точно вчасно») (just-in-time) [7, 9] також добре відома.

Розглянемо зазначені системи більш розгорнуто. Впровадження системи MRP сприяє зниженню витрат виробництва, тривалості виробничого циклу рівня незавершеного виробництва. Реалізація системи неможлива без створення інформаційної бази (дані про технологічний процес за всіма деталями операціям, незавершеному виробництві). Впровадження системи на підприємстві займає від двох до чотирьох років. Система MRP орієнтована на побудову плану-графіка ходу виробництва (щодо збірки) для забезпечення випуску готової продукції відповідно до прогнозованого попиту на неї. Без точного дослідження ринку система може не забезпечити ефективність управління виробництвом. Однак в умовах стійкої економіки США можливо досить точне прогнозування попиту на інноваційну продукцію. Коли оцінка попиту отримана, подальша побудова плану-графіка ходу виробництва здійснюється за загальновідомими правилами: розраховуються потреба в деталях збірки, розміри партій деталей та інших контрольних показників, відповідно до технології планується хід виробництва (у послідовності, зворотній технологічній), обліковується можливе завантаження обладнання, визначаються терміни і обсяги потреби в матеріальних ресурсах (точно під час – у відповідності з графіком ходу виробництва) та ін. У первинному варіанті MRP завантаження устаткування не фіксувалося. У сучасній версії MRPII планування потреб у потужностях здійснюється, однак якщо система в один з періодів показує перевантаження якоїсь групи обладнання, то ця проблема в ній не вирішується. Управління виробництвом здійснюється вже безпосередньо в цехах. Рівень запасів і незавер-

шеного виробництва (на підприємствах США) в середньому становить забезпечення виробництва протягом трьох місяців.

Використання системи MRP не завжди забезпечує ефективність – при відхиленнях фактичного попиту від прогнозу система дезорганізує виробництво та матеріально-технічне постачання. Це говорить про незначні адаптаційні можливості системи. Недоліки системи MRP були враховані в альтернативній системі MAP. В ній оперативне планування здійснюється на основі дискретного потоку даних про замовлення на поставку продукції, які надходять. У цих умовах процеси визначення розмірів партій, планування ходу виробництва та ін. набувають динамічного характеру. Головними факторами виробництва є величина витрат на матеріальні ресурси (вкладень в запаси і незавершене виробництво), терміни їх поставок, невизначеність безлічі інших чинників. Таким чином, система MAP більш досконала, ніж MRP, але і складна для реалізації. Як і раніше більша перевага віддається системі MRP, в тому числі і в західноєвропейських країнах.

Система «канбан» забезпечує оперативне планування виробничих запасів і матеріальних потоків між окремими операціями інноваційного технологічного процесу. Планування ходу виробництва відбувається в послідовності, зворотній технологічній (як і в будь-якій системі ОУВ – за випередженнями) [4]. Деталі надходять на ділянку з попереднього процесу в потрібний час і в необхідній кількості. Розмір мінімальної партії деталей визначений величиною контейнера. Тип і кількість необхідних деталей заносяться на картку (звану «канбан»), яка передається (разом з вільною тарою) на попередню ділянку. Тільки з цього моменту там починається процес їх виробництва. Така система ОУВ тому й називається «витягаючою». Головним правилом системи «канбан» є поставка з дільниці на дільницю якісних деталей і складальних одиниць. Система може ефективно працювати тільки при досить стабільній виробничій програмі, але гнучкі виробничі системи (комплексні автономні ділянки з предметною спеціалізацією) дозволяють змінювати випуск однотипної, однорідної продукції в рамках загального плану випуску продукції. Час зміни інструменту і налагодження устаткування має бути зведено до мінімуму. Без цього впровадження системи «канбан» неможливо.

Реалізація системи «канбан» дозволяє знизити запаси і незавершене виробництво до мінімуму. Так, цикл випуску автомобіля в компанії «Тойота» – 2 доби, в США – 10, в Україні – 20 діб [4]. Гнучкі виробничі системи забезпечують досягнення конкурентоспроможності продукції. У системі «канбан» використовується метод планування, заснований на попиті, що «витягує» з виробництва потрібну продукцію. MRP і MAP є «підштовхуючими», «виштовхуючими» системами ОУП. Висока якість (погана партія комплектуючих при відсутності запасів призводить до зупинки виробництва), міцні взаємини між постачальниками і споживачами є важливими елементами системи «канбан». В Японії такі взаємини є частиною національної культури.

У західноєвропейських країнах окремі промислові підприємства почали впроваджувати систему «канбан» ще в 1970-і роки. Її стали називати системою визначення потреби на рівні попередньої операції (MAPA).

Таким чином, система «канбан» сприяє підвищенню ефективності виробництва: поліпшення якості продукції, зниження витрат і рівня незавершеного вироб-

ництва, зростання продуктивності праці та ін. «Канбан» дозволяє без використання глибоких теоретичних підходів та математичних методів контролювати динаміку процесу: закупівля – виробництво – продаж. Ефективним є контроль за виконанням плану. Однак автоматизація виробництва, створення гнучких виробничих систем вимагає значних капітальних вкладень. Технологія виробництва при цьому будується за принципом прямоточних технологічних спеціалізованих ліній, організації предметно-замкнених автоматизованих ділянок виробництва. Для такого виробництва організація оперативного управління істотно спрощується. Подібна організація виробництва вже давно була добре вивчена в Україні і застосовується на практиці [3 та ін.].

Принципи планування матеріально-технічного постачання, при яких передбачається повна його синхронізація з виробничим процесом, забезпечується концепцією «точно в строк» («точно вчасно»). В рамках цієї концепції сировину, комплектуючі подаються у виробництво невеликими партіями, минаючи склади, готова продукція також відвантажується споживачеві у міру завершення виробництва і у відповідності з попитом. Дана концепція отримує все більш широке поширення. Однак для реалізації концепції «точно в строк» необхідно покладатися на точні методи планування ходу виробництва, тобто необхідне впровадження систем типу MRP, «канбан». При цьому системи ОУВ служать базою концепції «точно в строк», без них концепція нічого не варта.

Виробництво дрібними партіями підвищує якість продукції, оскільки, якщо партія дефектна, то про це відразу стає відомо і відбувається коригування виробничого процесу, а втрати малої партії деталей не настільки істотні в загальних витратах. Отже, зниження складських запасів не є самоціллю – важливіше підвищення якості продукції [5].

Важливою обставиною, що забезпечує ефективність впровадження системи «канбан» і концепції «точно в строк», є вирівнювання продуктивності на ділянках виробництва при випуску різних модифікацій продукції. Це досягається циклічним випуском на збірці комплекту всіх модифікацій виробу. Структура комплекту визначається попитом на ту чи іншу модифікацію виробу. У цьому випадку система «канбан» рівномірно «завантажить» потужності ділянок в часі, але кількість переналагоджень устаткування зростає. Отже, необхідна така організація переналагоджень обладнання та його розміщення, яка забезпечує мінімум витрат часу на переналагодження.

Таким чином, впровадження системи «канбан» і концепції «точно в строк» є перспективним напрямком розвитку системи оперативного управління інноваційним виробництвом. Принцип цих систем – мінімум запасів і дефектів. Однак при цьому потрібно провести повну реорганізацію виробництва, перепідготовку персоналу. Тривалість вдосконалення виробництва та управління займе кілька років при значних витратах капітальних вкладень. В умовах перехідної економіки таке нововведення важко осилити українському підприємству [2].

Слід відзначити ще одну важливу обставину, пов'язану з впровадженням системи «канбан» і концепції «точно в строк». Як вже зазначалося, при впровадженні подібних систем відбувається істотне зменшення рівня запасів і незавершеного виробництва (коефіцієнти поточної ліквідності підприємств знижуються

до 0,8, а фінансисти говорять про незадовільну структуру балансу добре працюючого підприємства). Проте організація подібних систем ОУВ вимагає значних інвестицій (рис. 1). Порівняльного економічного аналізу організації двох альтернативних систем ОУВ як інвестиційних проектів ще не визначено. Чи справді економічно ефективніше використання системи «канбан» і концепції «точно в строк» в цілому. Вплив системи оперативного управління виробництвом на економіку підприємства представимо на рис. 1.

Про локальні переваги системи «канбан» вже говорилося. На нашу думку, оптимальною буде система ОУВ, яка побудована на принципах досягнення максимального системного економічного ефекту (максимального чистого дисконтованого доходу), тобто система, що забезпечує як максимальне зниження поточних витрат, так і мінімізацію поточних і довгострокових активів (рівнів оборотних і основних засобів). Отже, гіпотетична система ОУВ має увібрати в себе всі кращі аспекти різних систем. Підтвердженням цьому служать дослідження, представлені в роботі. У ній розглянуті системи «канбан» і концепція «точно в строк» управління запасами.

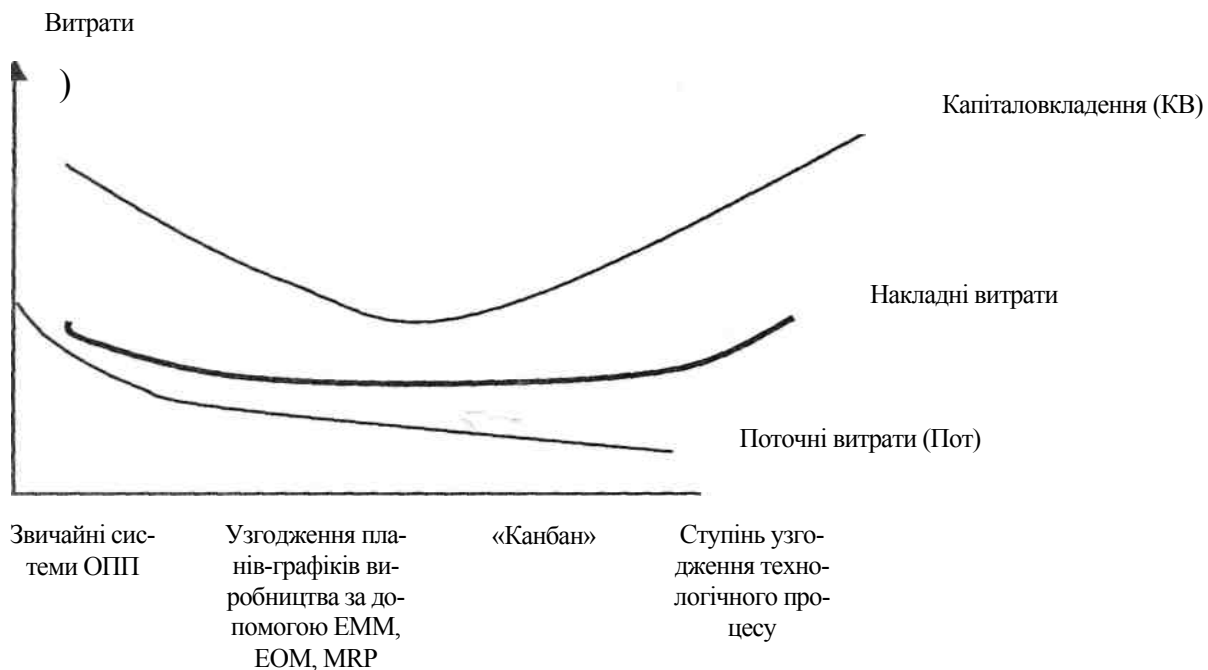


Рисунок 1. Вплив системи оперативного управління на економіку підприємства

Показано, що оптимальним є зниження як витрат по переналадці обладнання (з автоматизації виробництва, використання обладнання з мінімальними витратами на переналагодження при переході від обробки однієї партії деталей до іншої), так і витрат на зберігання (запасів і незавершеного виробництва).

Таким чином, дослідження існуючої системи ОУВ призводять до наступного висновку: для того, щоб уникнути проблеми оперативного управління інноваційним виробництвом необхідно організувати виробництво на принципах повної автоматизації та спеціалізації ділянок виробництва. Тоді технологічний процес буде представлений безліччю непересічних потоків руху деталей по операціях. Перетин на збірці.

Технологічна синхронізація усуває проблему календарного планування, але вимагає значних капітальних вкладень і орієнтована на масовий випуск інноваційної продукції. Таке виробництво важко диверсифікувати при необхідності. В умовах, коли на промисловому підприємстві немає коштів на подібну автоматизацію, слід створити самоналагоджену систему, організовану на кращих елементах діючих систем, орієнтовану на прогнозний і фактичний попит, що прагне поступово, у міру вдосконалення організації, автоматизації виробництва, до системи типу «канбан». При цьому узгодження маркетингових досліджень з системою ОУВ може бути наближено здійснюватися на основі безперервного коригування попиту на горизонт планування в самій системі ОУВ. Стохастичності попиту ставляться у відповідність страхові запаси.

Системи типу «канбан» з точки зору організації інноваційного виробництва націлені на конвеєрне складання машин, яка поступово відходить у минуле. Їй на зміну приходить нова структура організації інноваційного виробництва. Створюються ділянки виробництва, на яких працюють автономні робочі групи (наприклад, по збірці автомобілів) висококваліфікованих фахівців. Ясно, що при новій організації виробництва слід максимально використовувати концепцію систем «точно в строк» і «канбан», але з урахуванням нових умов, підходів до людини на виробництві.

Література

1. Гончаров В.В. Руководство для высшего управленческого персонала : [В 3-х т.] / В.В. Гончаров. – М. : МНИИПУ, 2002.
2. Захарченко В.И. Инновационное развитие в Украине: наука, технология, практика : монография / В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Л.В. Ширяева. – Одесса : Фаворит , 2011. – 598 с.
3. Климов А.И. Организация и планирование производства на машиностроительном заводе; 3-е изд. /А.И. Климов, Н.Д. Оленев, С.А. Соколицин. – Ленинград : Машиностроение, 1979. – 463с.
4. Монден Я. “Тойота” – Методы эффективного управления / Я. Монден. – М.: Экономика 1989. – 147 с.
5. Петрович Й.М. Організація виробництва : підручник / Й.М. Петрович, Ч.М. Захарчин. – Львів : Магнолія- плюс, 2004. – 400 с.
6. Титов В.В. Модель оперативного управления участком серийного производства /В.В. Титов // Адаптация автоматизированных систем управления – Новосибирск : ВЦ СО АН СССР, 1979. – С. 85-95.
7. Чейз Р.Б. Производственный и операционный менеджмент ; 8-е изд. : [пер.с англ.] / Р.Б. Чейз, Н.Дж. Эквилайн, Р.Ф. Якобс. – М.: Вильямс , 2001. – 704 с.
8. Goldratt E. M. The general theory of constraints – New Heaven, CT : Abraham Y. Goldratt institute, 1989. – 155 с.
9. Min K.J., Chen C.K. Конкурентные модели управление запасами // Comput. and Oper. Res., 1995 .-Vol.22 (NS). –P. 503-514.

Анотація

Захарченко А.І. Досвід розвитку систем управління інноваційним виробництвом за кордоном. – Стаття.

У статті запропоновано аналіз закордонних систем з оперативного управління промисловим виробництвом з використанням різних модельних підходів Ви-

значено: недоліки діючих систем забезпечення виробництва сировиною та матеріалами, вимоги до ефективного контролю за виконанням плану.

Ключові слова: оперативне управління, система, ресурс, ефективність, контроль, витрати.

Аннотація

Захарченко А.И. Опыт развития систем управления инновационным производством за рубежом. – Статья.

В статье предложен анализ зарубежных систем по оперативному управлению промышленным производством с использованием различных модельных подходов. Определено: недостатки действующих систем обеспечения производства сырьем и материалами, требования к эффективному контролю за выполнением плана.

Ключевые слова: оперативное управление, система, ресурс, эффективность, контроль, затраты.

Annotation

Zakharchenko A. Experience in the development of control systems innovative production abroad. – Article.

The article is dedicated to the analysis operating management systems for production. The analysis is undertaken with the models creating approach. The article also examines deficiencies of present production supply chains, it defines the requirements of plan fulfilling control as well.

Keywords: operating management, system, resource, efficiency, control, cost.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО–ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

УДК 330.101

Головченко О.М.,

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри економіки і міжнародних економічних відносин

Міжнародного гуманітарного університету, м. Одеса

ЕВОЛЮЦІЯ МОДЕЛЕЙ ТІНЬОВОЇ ЕКОНОМІКИ В ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

Тіньова економіка активно досліджувалася і досліджується сучасними економістами. Проте кожен з дослідників розглядає окремі періоди вивчення даного явища. Ми можемо виділити невелику кількість робіт, присвячених комплексному дослідженню динаміки підходів до проблеми тіньової економіки в історичному розрізі залежно від того, які потреби суспільства вона задовольняла в той або інший період і яким був її вплив на офіційну економіку. Однак, практично не існує періодизації еволюції парадигми тіньової економіки в економічних дослідженнях.

Проблемами тіньової економіки займалися такі відомі українські та зарубіжні вчені, як А.В. Базиліук, З. С. Варналій, О.В. Засянська, В.С. Коваленко, К.В. Котов, К.А. Матвійчук, Н. В. Нестерова, С. Д. Степанов, В.В. Удовенко, О.В. Черевко, О.В. Шарікова, В. Блейдс, В. Стін, А. Франк та ін.

Метою написання даної статті є аналіз і структурізація еволюції уявлень про тіньову економіку і, на підставі цього, визначення шляхів зниження рівня тіньової економіки в сучасній Україні.

Тіньова економіка – це економічна діяльність осіб, які ігнорують закони, встановлені державою, а такі особи перебувають у будь-якому суспільстві.

Першим науковим дослідженням, що привернуло інтерес наукової громадськості до проблеми тіньової економіки, на думку автора, слід вважати роботи Кеннета Едварда Боулдінга, які були опубліковані в 1944-1947 рр. Вони присвячені узагальненню наслідків регулювання цін на основні споживчі товари в роки Другої Світової війни [6, с. 213-218; 8, с. 133-134]. Їм була розроблена класична модель тіньового ринку (модель Боулдінга), що описує відхилення кривих попиту і пропозиції. Проте ці дослідження носили суто теоретичний характер і не одержали подальшого розвитку, оскільки багато учених вважали, що з ліквідацією військового регулювання зникне і сам об'єкт досліджень.

В період 1949-1959 рр. одержав розвиток правовий підхід до визначення поняття “тіньова економіка”. Один з представників американської кримінології Едвін Сатерленд висунув концепцію “злочинця в білому комірці” [26], відповідно до

якої багато “білих комірців” (підприємці, політики, лікарі і ін.) здійснюють протиправні дії, що заподіюють суспільству невимірний більший збиток, ніж звичайні злочинці. Сатерленд не тільки підкреслював небезпеку злочинів “білих комірців” в майновому плані, але і вважав, що такі злочини підривають засади суспільства. Ця концепція Сатерленда, розвинена їм надалі, поклала початок цілому напрямку в кримінології і нині вважається загальноприйнятою.

Було виділено п’ять основних видів економічної злочинності:

- 1) порушення правил конкуренції (комерційні хабарі, порушення антимонопольного законодавства, промислове шпигунство);
- 2) порушення прав споживачів (помилкова реклама, випуск недоброякісних товарів);
- 3) порушення прав найнятих робітників (порушення трудових контрактів, – норм техніки безпеки);
- 4) порушення прав акціонерів, кредиторів;
- 5) порушення прав держави.

Публікація статті Г. Беккера “Злочин і покарання: економічний підхід” [1] відкрила новий етап у вивченні тіньової економічної діяльності. До її публікації переважало переконання, що злочинці діють ірраціонально. Г. Беккер вперше запропонував виходити з того, що злочинці діють раціонально, вони прагнуть максимізувати свою вигоду при обмежених ресурсах. У своїй теорії він спробував застосувати економічні категорії витрат і прибутку до розуміння поведінки порушників закону” [1, с. 28-90].

Розвиток теорії злочинів і покарань знайшло віддзеркалення в роботах американських економістів Мілтона і Рози Фрідмен (1984 р.) [5], Манкурта Олсона (1995 р.) [3, с. 56] і ін.

Ці дослідження тіньової економіки можна віднести до міждисциплінарного напрямку досліджень, що одержав розвиток, – економічної юриспруденції. Воно дозволяє обговорювати юридичні проблеми, від оптимального пристрою контрактного законодавства до залежності між тяжкістю покарання і кількістю здійснюваних правопорушень за допомогою апарату економічної науки.

У даний період зароджуються науково обґрунтовані підходи до формування державної політики відносно явищ тіньової економіки. Йде дискусія про способи дії на неї держави, розглядається широкий діапазон сценаріїв – від силових до ліберальних. Наприклад, суперечки розгортаються щодо боротьби з наркотиками (легалізація, заборона).

Значний крок в дослідженні тіньової економіки був зроблений в результаті аналізу ринку праці і економічного життя в бідних країнах. К. Гирц ввів розділення на так звану “базарну” і “орієнтовану на фірмовий пристрій” економіку (“bazaar-economy” і “firm-centred economy”) [15]. Організована у формі фірм економіка описувалася як ефективна, капіталомістка, з високою продуктивністю праці. “Базарна” економіка, навпаки, трудомістка, з низким рівнем виробництва, малорентабельна (табл. 1).

Англійським соціологом Кейтом Хартом сформульоване визначення неформальності: “відмінність між формальними і неформальними можливостями доходу базується на відмінності між роботою на зарплату і самозайнятістю” [18, с. 61-

90]. Сформульоване визначення було використано Міжнародною організацією праці (1972 р.), яка ввела в загальноприйнятий обіг терміни “неформальна економіка” (“informal economy”) і “неформальний сектор” (“informal sector”). Введення в науковий оборот терміну “неформальний сектор” пов’язують з ім’ям К. Харта.

Таблиця 1

Еволюція досліджень тіньової економіки зарубіжними ученими

Період 1	Зміст концепції 2	Автори концепції 3
1944-1947 рр.	Модель тіньового ринку в умовах регулювання цін.	К. Боулдінг
1949-1959 рр.	Концепція “злочинності серед людей в білих комірцях”.	Э. Сатерленд
1960-1970 рр.	Економічна теорія злочинів і покарання. Гіпотеза про раціональність дій економічних злочинців.	Г. Беккер
1972-1980 рр.	Введення в науковий оборот поняття “неформальна економіка”. Розвиток методики оцінки неформальної економіки і відповідно до підходів щодо визначення її меж. Монетарні підходи. Трансакційний підхід до оцінки нерегулярної економіки. Підходи, засновані на оцінці діяльності домашніх господарств.	До Харт П. Гутман А. Рос Д. Фройд Э. Файг В. Ділнот К. Морріс
1980-1988 рр.	Неоінституційні підходи до дослідження “неформальності” Перехід від визначення, оцінки меж, класифікації до виявлення причин виникнення і аналізу впливу на соціально-економічну ситуацію. Аналіз природи витрат, які виробники або продавці несуть під час продажу товарів за неофіційними каналами. Аналіз поведінки покупців: пошук ренти і пошук інформації.	С. Деварейджен До. Джонс М. Ромер М. Моріс М. Ньюмен Р. Декон Дж. Санстелі, Т. Нгуйен Дж. Холлі
1989 р.	“Десотіанська революція” Неформальна підприємницька діяльність – не механізм виживання, що виникає як реакція на недостатню кількість місць в сучасному господарстві, а результат розповсюдження дій дійсних ринкових сил в економіці, затиснутій лещатами державного регулювання.	Э. де Сото

Продовж. табл. 1

1	2	3
1982 р. по теперішній час	Неформальна економіка в контексті теорії економічних систем не тільки у тих, що розвиваються, але і в розвинених країнах тіньова економіка органічно включена в економіку офіційну, будучи своєрідною “відповіддю” на “виклики” глобалізації і науково-технічного прогресу. Неформальна діяльність функціональна одночасно і для її працівників, і для крупних формальних фірм. Децентралізація і деформалізація є відповідями на зростання соціальних зобов'язань, що накладаються на крупний бізнес. Зростання економічного підпілля розвинених країн – результат посилення конкуренції третього світу.	А. Портеса С. Сассен-Куб С. Брусько Й. Убарра

Серед послідовників К. Харта можна виділити Е. Фейджа (1979 г.) [13], Дж. Гершуні (1983 р.) [16], Е. Миньоне (1983 р.) [21], Ф. Матеру (1985 р.) [20], С. Сміта (1986 р.) [25], М. Кастельса і А. Портеса (1989 г.) [10], Дж. Томаса (1992 р.) [27] та ін.

До цього періоду слід віднести і активізацію досліджень, присвячених оцінці об'єму тіньової економіки. Найбільшу популярність здобули публікації П. Гутмана (1978) [17].

Дослідження Е. Фейджа кваліфікуються як операціональний підхід до вивчення тіньової економіки. Визначення Е. Фейджем неформальної економіки через джерела отримання тіньових доходів дещо ширше, ніж інші її визначення. Розглядаючи структуру незареєстрованої (underground, undegistered) економіки в сучасному ринковому господарстві [13, с. 7] економіст вважає, що неврахований сектор можна розглядати якщо складається з двох компонентів:

- ринкового сектора, який використовує гроші як засіб обміну в організації виробництва і збуту товарів і послуг;

- негрошового сектора, в якому проводяться реальні товари і послуги, але не для ринкового продажу, а для самоспоживання або для неформального бартерного обміну.

Такий підхід достатньо зручний, оскільки він широко охоплює всі можливі аспекти тіньової економічної діяльності, в якій значна частка розрахунків здійснюється за допомогою бартерних обмінів і грошових сурогатів. Скорочення уточненого валового доходу порівняно з базою, оподаткування, відбувається через уникнення (avoidance) податків, а також і ухилення (evasion) від них. У першому випадку йдеться про законні дії щодо зниження податкового тиску, в іншому – про дії незаконні. Виник навіть особливий неологізм “avoison”, що позначає спірні ситуації при визначенні уточненого валового доходу.

Описаний підхід зручний, якщо завданням є визначення розміру втрат бюджетів різних рівнів, оскільки включає і “законні способи” ухилення від податків (tax avoidance), які не розглядаються при інших підходах.

У другій половині 1980-х років в дослідженнях по неформальній економіці відбувся перелом. Набагато більша увага стала приділятися причинам виникнення тіньової економіки і аналізу її впливу на соціально-економічну ситуацію. Раніше вчені концентрувалися переважно на проблемах визначення, класифікації форм і вимірювання масштабів тіньової економіки. Разом з соціологами і фахівцями з “третього світу” в аналіз тіньової економіки включаються економісти-теоретики, що спираються на неокласичні і, перш за все, на неоінституційні концепції.

Неоінституційна теорія звертає основну увагу на зв'язок між законами, що визначають і обмежують господарську діяльність. Прихильність до встановлених правил є першорядним критерієм участі в офіційній економіці, тоді як недотримання або уникнення встановлених правил служить критерієм участі в тіньовій економіці.

Від збору фактів і емпіричних спостережень фахівці із спостережливої економіки переходять до побудови узагальнювальних моделей, які можна розподілити на класи моделей: поведінки продавців та покупців.

Моделі поведінки продавців враховують їх ризики і витрати. Вони аналізують природу тих витрат, які виробники або продавці несуть під час продажу товарів по неофіційних каналах в умовах державного контролю над цінами, і їх впливу на масштаби ринкових операцій. Наприклад, С. Деварейджен, К. Джонс і М. Ромер зупиняються на проблемі оцінки ризику, що виникає у продавців [12, с. 1882]. Ризик бути спійманим і покараним залежить не тільки від кількості товару, проданого на паралельному ринку, але і інтенсивності цінового контролю. Модель С. Деварейджена, К. Джонса і М. Ромера показує, що залежно від інтенсивності цінового контролю більша або менша частина товару реалізується на легальному або нелегальному ринку. Через відсутність контролю вся торгівля повністю переходить на паралельний ринок.

Специфічні витрати дій на паралельних ринках аналізуються М. Морісом і М. Ньюменом. Доходи нелегальних торговців зменшуються із-за витрат на хабарі чиновникам [22, с. 1896-1898]. Крім того, неформальні ринкові торговці змушені діяти в умовах невизначеності, чи будуть на них накладені санкції за порушення законодавства. Якщо витрати торговців (включаючи ризики, штрафи і хабарі) менші, ніж витрати державно-регульованого ринку, то здійснюється тіньова економічна діяльність.

Моделювання поведінки покупців (пошук ренти і пошук інформації) здійснене Р. Деконом і Дж. Санстелі. Вони показали, що споживачі, які шукають дефіцитні товари, можуть зіткнутися з необхідністю витратити час на їх пошук і витратами від простою в чергах, які зменшують величину їх виграшу від покупки [11, с. 1945]. За відсутності паралельного ринку споживачі несли б додаткові витрати (наприклад, втрата часу або витрати на хабарі). Ця проблема досліджувалася також Т. Нгуйеном і Дж. Холі. Результати їх дослідження показали, що на паралельному ринку споживачі конкуруватимуть за товари, поки витрати на операції (пошук дефіциту, простій в чергах і дача хабарів) не поглинуть різницю між цінами на паралельних і офіційних ринках [23, с. 292].

Результати дослідження Інституту свободи і демократії під керівництвом перуанського економіста Ернардо де Сото одержали назву “десотіанська революція”

[4]. Принципово новий підхід до пояснення генезису тіньової економіки – головне наукове відкриття Е. де Сото. На його думку, бюрократична заорганізованість, що перешкоджає вільному розвитку конкурентних відносин, породжує економічне “підпілля”.

Згідно Е. де Сото, неформальна підприємницька діяльність – це не механізм виживання, що виникає як реакція на недостатню кількість місць в сучасному господарстві, а результат розповсюдження дій дійсних ринкових сил в економіці, затиснутій лещатами державного регулювання. Вивчаючи економіку Перу, він дійшов висновку, що “легалізація приватної власності, дебюрократизація економіки і скорочення урядового втручання в господарську діяльність є єдиний шлях до цивільного світу і процвітання”. На думку Е. де Сото, великий тіньовий сектор істотно знижує ефективність економіки країни. Їм навіть введений термін “мертвий актив” – це майно, що знаходиться в тіні.

Результатом якісного стрибка в дослідженні спостереженого сектора економіки стало віддзеркалення питань його оцінки в документах міжнародних організацій (табл. 2).

У 1991 г. у Женеві пройшла конференція європейських статистиків, присвячена прихованій і неформальній економіці. За її матеріалами було опубліковано спеціальне керівництво за обліком статистики спостережливої економіки в країнах з ринковою системою господарювання. В останній версії СНР ООН 1993 г. спостережливу економіку рекомендовано включати в межі виробництва. Всі попередні версії СНР ООН не містили подібних вказівок. З цієї миті спостережлива економіка стала предметом офіційних нормативно-правових актів, які згодом зазнали ряд змін.

У 2003 р. опубліковано розроблене Організацією економічного співробітництва і розвитку, Міжнародним валютним фондом, Статистичним бюро Міжнародної організації праці, Міждержавним статистичним комітетом Співдружності Незалежних Держав керівництво по вимірюванню спостережливої економіки.

Керівництво може розглядатися як доповнення до СНР-93. Воно є міжнародним стандартом у сфері вимірювання спостережливої економіки, в якому уніфіковані основні поняття, визначення, класифікації і термінологія, що забезпечує міжнародне зіставлення даних.

Таблиця 2

Еволюція міжнародних нормативно-правових документів з проблем спостереженої економіки

Рік	Документи і організації, що прийняли їх	Вплив на рішення проблем неспостережливої економіки
1	2	3
1953	Перша версія СНР ООН	Розроблена взаємопов’язана система рахунків, що характеризують результати і хід основних процесів в економіці
1968	Друга версія СНР ООН	

Продовж. табл. 2

1	2	3
1991	Керівництво за обліком статистики тіньової діяльності в країнах з ринковою системою господарювання. Підготовлено за матеріалами конференції європейських статистиків, присвяченої прихованій і неформальній економіці.	Розроблені методичні підходи за оцінкою меж спостереженої економічної діяльності. Перша і друга версії системи СНР не містили подібних вказівок за визначенням тіньової економіки.
1993	Матеріали 15 міжнародної конференції фахівців із статистики праці Міжнародної організації праці	Уточнені методичні підходи по обліку зайнятості в спостережливій економіці.
1993	Третя версія СНР ООН.	Спостережливу економіку, визначену як діяльність некорпорованих підприємств, рекомендовано врахувати на рахунку “виробництво”.
2003	Керівництво по вимірюванню спостережливої економіки. Розроблено спільно Організацією економічної співпраці і розвитку, Міжнародним валютним фондом, Статистичним бюро Міжнародною організацією праці, Міждержавним статистичним комітетом Співдружності Незалежних Держав.	Вперше наводиться спеціально розроблене єдине визначення “спостережлива економіка” і детально описуються її складові. Керівництво може розглядатися як доповнення до СНС-93 і її подальшого розвитку.

Запропонований Е. де Сото підхід дозволяє розглядати неформальну економіку як закономірну форму генезису масових, “народних” форм капіталістичного підприємства на периферії сучасного світового господарства.

Альтернативний підхід в контексті теорії економічних систем до пояснення широкого розвитку тіньової економіки в кінці ХХ пропонується американськими соціологами А. Портеса і С. Сассен-куб. Вони доводять, що не тільки в тих, що розвиваються, але і в розвинених країнах тіньова економіка органічно включена в соціально-економічні процеси, будучи своєрідною “відповіддю” на глобалізацію господарського життя і розвитку науково-технічного прогресу [24, с. 34].

Пропонована американськими соціологами альтернативна інтерпретація полягає в тому, що “неформальна діяльність функціональна одночасно і для включених в неї працівників, і для крупних формальних фірм”. Фірми мають всі стимули намагатися уникнути юридичних обмежень на використання праці. Коли конкуренція підвищується, посилюються стимули до деформалізації. Первинним механізмом зв'язку між формальним і неформальним секторами стає субконтракт. Наприклад, можливий неформальний маркетинговий ланцюг (використовуючи неформальні дистрибутивні мережі, легальна промисловість уникає витрат на по-

стійних торгових агентів) або виробничий ланцюг (легальні будівельні фірми використовують неформальних субпідрядників, які, у свою чергу, організують працю неформальних будівельних робітників).

Ряд учених пропонують свої розяснення причини зростання тіньової економіки в розвинених країнах. С. Бруско вважає, що децентралізація і деформалізація є відповідями на зростання соціальних зобов'язань, що накладаються на крупні фірми [8, с. 167]. На думку Й. Убарра, зростання тіньової економіки в розвинених країнах – результат посилення конкуренції з боку економік країн третього світу [28, с. 485]. До введення ринкової економіки в Україні дослідження тіньової економіки суперечили офіційній ідеології. Зміст тіньової економіки визначався з класових позицій. Висувався постулат про те, що тіньова економіка властива, перш за все, капіталістичному устрою. Проте, вже тоді з'явилися публікації досліджень економістів, що емігрували з СРСР.

Першим дослідником тіньової економіки, тоді ще СРСР, був радянський економіст, що емігрував до Америки, Арон Каценелінбойген. У книзі “Кольорові ринки в Радянському Союзі” він виділяв шість різновидів ринків, що розрізнялися за суб'єктами, об'єктами і ступенями легальності [19, с. 62].

Активне вивчення тіньових економічних відносин почалося в роки перебудови і введення ринкових відносин.

Західні тенденції у вивченні цього явища відобразилися на публікаціях в Україні, перші видання стосуються досліджень тіньової економіки з погляду правоохоронної діяльності.

Український економіст С. Коваленко представив розгорнене дослідження соціально-економічної природи “тіньової” економіки, що розуміється як економічна злочинність [2, с. 32]. Прихильники цього підходу розглядають питання про законність з погляду прямого порушення існуючого законодавства. Подібне трактування дозволяє включати до складу тіньової економіки всю кримінальну діяльність, що є не цілком вірним. Тіньова економіка стає неначе синонімом негативних процесів в соціально-економічній сфері.

У вітчизняній економічній науці одержав широкий розвиток і обліково-статистичний підхід до дослідження тіньової економіки. Ці дослідження активізувалися з ухваленням третьої версії СНР ООН 1993 г. Поняття тіньової економіки визначається виходячи з основної мети СНР, – максимально точного обліку всіх видів економічної діяльності, що забезпечують реальний внесок у виробництво валового внутрішнього продукту (ВВП). При обліково-статистичному підході основним критерієм виділення тіньових економічних відносин виступає їх неврахованість, тобто відсутність фіксації офіційною статистикою. Перевагою даного підходу є можливість кількісної оцінки прихованої частини продуктивної економічної діяльності на основі загальноприйнятої методології СНР, використання результатів розрахунків при формуванні економічної політики і міжнародних зіставлень. Результати розрахунків параметрів тіньової економіки за методологією СНР є виключно цінними для формування соціально-економічної політики.

Отже, в результаті проведеного дослідження, можна відзначити наступні етапи генезису економічних досліджень тіньової економіки:

1. Тіньова економіка – породження відсталості і асоціальності, економічне

гетто, що не має позитивних перспектив.

2. Неформальний і частково тіньовий сектор економіки має революційно-прогресивний потенціал, що утворюється в результаті бюрократичної заорганізованості, який перешкоджає вільному розвитку конкурентних відносин.

3. Тіньова економіка багатofункціональна. Вона може бути як проявом відживаючих інститутів, консервуючи рудиментарні форми виробничих відносин, так і органічно включена в економіку офіційну, будучи своєрідною “відповіддю” на “виклики” глобалізації і науково-технічного прогресу.

4. Детінізація економіки — це цілісна система дій, спрямована передусім на подолання та викорінення причин та передумов тіньових явищ та процесів. Стратегічною метою детінізації економіки має стати істотне зниження рівня тінізації шляхом створення сприятливих умов для залучення тіньових капіталів у легальну економіку та примноження національного багатства.

Література

1. Беккер Г. Преступление и наказание: экономический подход / Г. Беккер // Истоки. – Вып. 4. – М. : 2000. – 285 с.
2. Коваленко С.О. Методологічні основи легалізації тіньової економіки в Україні : монографія / С.О. Коваленко– К. : Знання., 1999. – 258 с.
3. Олсон М. Рассредоточение власти и общества в переходный период. Лекарства от коррупции, распада и замедления темпов экономического роста / М. Олсон // Экономика и математические методы, 1995. –Т. 31.- Вып. 4.- С. 271-282.
4. Сото Е. де. Иной путь : невидимая революция в третьем мире / Е. Сото де ; пер. с англ. Б. Пинскер. – М : Catalaxy, 1995. – 320 с.
5. Фридмен М., Фридмен Р. Тирания статус-кво // Экономическая теория преступлений и наказаний. № 1. Материалы с сайта : Fridman M. and R. Tyranny of the status quo. San Diego. N.Y. [Электронный ресурс] / Электрон. дан. (1 файл). – Режим доступа : www/corruption.rsu.ru – Назва з екрана.
6. Boulding K. A Note of the Theory of the Black Market / K. Boulding // Canadian Journal of Economics and political Science, 13, 1 (Feb. 1947) : 115-118. CP 1.
7. Boulding K. Liquidity Preference Theory of Market Prices Market / K. Boulding // Economica, NS 11, 42 (May 1944): 55-63. CP 1.
8. Bruco S. The “Emilian” Model : Productive Decentralization and Social Integration / S. Bruco // Cambridge Journal of Economics, 1982. № 6. P.167-184.
9. Buchanan J.M. A Defence of organized Crime? / J.M. Buchanan // The Economics of Crime. Cambridge (Mass.), 1980.
10. Castells M. and Porters A. World Underneath: The Origins? Dynamic and Effects of the Informal Economy / M. Castells, A. Porters // The Informal Economy. L. : The Johns Hopkins University Press, 1989.
11. Deacon R.T., Sonsteli J. Price control and Rent – Seeking Behaviour in developing Countries / R.T. Deacon, J. Sonsteli // World Development. 1989. Vol 17.
12. Devarajan S., Jones S., Roemer M. Markets under Price Controls in Partial and General Equilibrium / S. Devarajan, S. Jones, M. Roemer // World Development. 1989. Vol 17. № 12.
13. Feige E. L. How big is irregular economy / Edgar L. Feige // Challenge. – 1979. Vol. 22. – P. 5-13.
14. Freud D. A guide to underground economics / D. Freud // Financial Analysts Journal. November – December. 1977.
15. Geerts C. Peddlers and Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns / Clifford Geerts. – Chicago : University of Chicago Press, 1963. – 162 p.

16. Gershuny J. Social Innovation and the Division of Labour / Jonathan Gershuny. – Oxford : Oxford University Press, 1983. – 191 p. 20
17. Gutmann P. The subterranean economy / P. Gutmann // *Finansialanalys j.* - N.Y. – 1977. – Vol. 33, N 34. – P. 24 – 27.
18. Hart K. Informal urban income opportunities and urban employment in Ghana / K. Hart // *J. of modern African studies.* – L. – 1973. – Vol.11. № 1. – P. 61 – 90. – № 427
19. Kotsenelinboigen A. Coloured Markets in the Soviet Union / A. Katsenelinboigen // *Soviet Studies.* – 1977. – Vol. 29, № 1. – P. 62 – 85 .
20. Mattera Ph. Off the books. The rise of the Underground Economy / Philip Mattera. – London : Pluto Press, 1985. – 160 p.
21. Mingione E. Informalization Restructuring and the Survival Strategies of the Working Class / Enzo Mingione // *International Journal of Urban and Regional Research.* – 1983. – No. 3. – Pp. 311-339.
22. Morris M. L. Official and Parallel Cereals Markets Senegal: Empirical Evidence / Michael L. Morris, Mark D. Newman // *World Development.* – 1989. – Vol. 17. – Issue 12. – Pp. 1885-1906.
23. Nguyen T. T. Equilibrium under price controls with endogenous transactions costs / Trien T. Nguyen, John Whalley // *Journal of Economic Theory.* – 1986. – August. Vol. 39 (2). – Pp. 290-300.
24. Portes A., Sassen-Koob S. Making It Underground: Comparative Material on the Informal Sector in Western Market Economies / A. Portes, S. Sassen-Koob // *American Journal of Sociology.* 1987. – Vol. 38. № 1.
25. Smith S. Britains Shadow Economy / Stephen Smith. – Oxford : [Oxfordshire] ; New York : Oxford University Press, 1986. – XII, 203. – p. 29
26. Sutherland E. White Collar Crime / Edwin Sutherland. – New York : Dryden Press, 1949. – 272 p.
27. Thomas J. Informal Economic Activity / James J. Thomas.– Hemel Hempstead, Hertfordshire [England] : Harvester Wheatsheaf, 1992. – XII. – 371 p.
28. Ubarra J. La estructuracion Espontanea de la Industria del Calzaado Espanol // *Boletin de Estudios Economicos.* 1982. Jfe 37. – P. 483 – 503.

Анотація

Головченко О.М. Еволюція парадигми тіньової економіки в економічних дослідженнях. – Стаття.

Розглянуто етапи дослідження та формування уявлень про тіньову економіку, пропонується періодизація концепцій тіньової економіки, досліджені підходи до її вивчення, етапи формування державної політики щодо явищ тіньової економіки, відображення питань оцінки тіньової економіки в документах міжнародних організацій.

Ключові слова: тіньова економіка, неформальна економіка, тіньовий ринок, економічна злочинність, державна політика, детінізація економіки.

Аннотация

Головченко Е.Н. Эволюция парадигмы теневой экономики в экономических исследованиях. – Статья.

Рассмотрены этапы исследования и формирования представлений о теневой экономике, предлагается периодизация концепций теневой экономики, исследованы подходы к ее изучению, этапы формирования государственной политики в отношении явлений теневой экономики, отражение вопросов оценки теневой экономики в документах международных организаций.

Ключевые слова: теневая экономика, неформальная экономика, теневой рынок, экономическая преступность, государственная политика, детенизация экономики.

Annotation

Holovchenko E. The evolution of the paradigm of the shadow economy in economic research. – Article.

Stages of research and the formation of ideas about the shadow economy are studied, periodization concepts of shadow economy offered, approaches to the study investigated the shadow economy, stages of formation of state policy in relation to the informal economy to analyze questions of estimation of the shadow economy in the documents of international organizations are considered.

Keywords: shadow economy, informal economy, black market, economic crime, public policy, economics deshadowing.

УДК 658:65.012.8

Ширяєва Л.В.,

доктор економічних наук, професор,

завідувач кафедри обліку, фінансів та аудиту

Одеського національного морського університету

НЕЙТРАЛІЗАЦІЯ ЗАГРОЗ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НА ОСНОВІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ

Громадський прогрес, на всьому доступному для спостереження та наукового аналізу історичному матеріалі, незмінно пов'язаний з ускладненням соціальної структури суспільства, підвищенням рівня складності технологічної основи функціонування людського суспільства. Соціальні та технологічні взаємодії, в свою чергу складним чином переплітаючись, виступають в якості економічного базису суспільства.

Тобто, з позицій теорії великих систем, можна зробити висновок, що економічні системи країн і регіонів еволюціонують шляхом підвищення складності їх внутрішньої організації та системи зовнішніх зв'язків із середовищем. Даний висновок корелює з відмінностями, які спостерігаються в рівнях складності економік країн світу в загальному рівні їх розвитку: як правило, в економічно розвинених країнах економічні системи більш масштабні та складні, ніж в країнах, що розвиваються.

В даному дослідженні автор спирався на роботи таких спеціалістів: В. Захарченко [3], О. Земсков [4], Ю. Лисенко [5], В. Ярочкин [6] та ін.

Формальний аналіз і висновки з концептуальних положень загальної теорії систем неминуче приводять до висновку про нерозривний зв'язок між складністю досліджуваної системи та ступенем її стійкості до дії різних дестабілізуючих факторів. Незважаючи на тенденції до самоорганізації та адаптації, в міру ускладнення системи, спостерігається зниження стійкості її функціонування. Це може бути проілюстровано як прикладом з господарського життя стародавнього світу, так і сучасними чинниками.

Залишивши осторонь етнічні, політичні, релігійні й інші чинники, відзначимо, що складно організовані господарські системи, наприклад, Стародавнього Риму або Стародавнього Китаю, в яких було присутнє досить розвинене поділ праці, активно протікали процеси урбанізації, розроблялися і впроваджувалися у виробництво нові технології і так далі, не встояли під натиском порівняно примітивних племен, що не володіють настільки ж розвинутою господарською практикою. Або, наприклад, терористична атака на Всесвітній торговий центр в Нью-Йорку (США) не тільки привела до прямого збитку у вигляді загибелі людей, руйнування будівель, втрати іншого майна і так далі, але викликала тимчасове припинення фінансових розрахунків в країні, загальний спад ділової активності. Причиною цього факту був не стільки психологічний шок від події трагічної

події, скільки технологічна складність економіки США, її суттєва залежність від якості функціонування інфраструктури.

Таким чином, можна зробити основоположний для нашого дослідження висновок, що в міру розвитку економіки, питання забезпечення економічної безпеки набувають все більшого значення [1, 2].

Особливо важливим є даний висновок для нашої країни. Це пов'язано з тією обставиною, що крім загальної закономірності росту значущості загроз для стабільності економічної діяльності, Україна на сучасному етапі свого розвитку зазнає впливу ще одного фактора. Динамічний аналіз розвитку систем свідчить, що вони розвиваються нерівномірно: періоди порівняно плавного, еволюційного, інерційного розвитку змінюються проходженням так званих "точок біфуркації". У цих точках стійкість системи різко знижується, так як саме тут починаються перехідні процеси, спрямовані на формування та закріплення якісних змін в системі. Система після проходження точки біфуркації може, як зберегти притаманне їй ядро основних елементів і підсистем, так і якісно оновитися, аж до руйнування її як єдиної системної цілісності.

Якщо говорити про Україну, точка її економіки в сучасний момент знаходиться в точці "потрійної біфуркації". Тобто одночасно спостерігаються суттєві зміни її базових підсистем, елементів та зв'язків за трьома напрямками: технологічному, соціально-економічному, управлінському.

Технологічні зміни пов'язані з проходженням економічної системою нижньої точки кондрат'євського циклу, що ставить перед економікою країни завдання переходу до нових технологій, зміни пануючого технологічного укладу.

Соціально-економічні зміни ув'язуються нами із загальносвітовою тенденцією постіндустріалізацією, значення якої для України особливо зросло під впливом зовнішньо- і внутрішньоекономічної лібералізації, вбудовування нашої країни в глобальну економічну систему.

Керуючі ж перетворення обумовлені розпочатою наприкінці 1980-х років політикою зміни основоположних сутнісних рис організації національної господарської системи: перехід від командно-адміністративної моделі управління до переважно ринкової. Ми не будемо обговорювати в даній статті якість проведення заходів по роздержавленню економіки, так як це – тема окремого серйозного аналізу, відзначимо лише безсумнівну дестабілізацію економіки внаслідок їх реалізації.

У сучасній економіці ризик помилок і їх ціна істотно зростають, так як ці помилки, складаючись з об'єктивна властивою, як було зазначено вище, українській економіці нестійкістю, можуть призвести до кризи і навіть до катастрофічних наслідків. Для зниження або ослаблення негативного впливу цих помилок економічна система повинна мати певні резерви, "запас міцності". Тобто, проблема оцінки та обліку економічного ризику набуває самостійного теоретичне і прикладне значення як важлива складова частина теорії і практики управління економічними системами [4, с. 21].

Більшість управлінських рішень приймається в умовах ризику, що обумовлено безліччю факторів: відсутністю повної інформації, наявністю груп інтересів (конкурентів), елементами випадковості та ін. Ризик передбачає можливість настання несприятливої події. Причому, як прийнято вважати в класичній теорії

ймовірностей, знизити ризик до нуля, повністю ліквідувати його неможливо. Тому при вибудовуванні стратегії і тактики управління економічними системами, важливо не уникнути ризику взагалі, а передбачити його та прийняти найкраще (оптимальне) рішення щодо того чи іншого критерію.

В літературі існує значне число дефініцій поняття «ризик». У загальному випадку, стосовно до економічних досліджень, під ризиком, як правило, розуміється можлива небезпека втрат, що випливають із специфіки тих чи інших явищ природи і видів діяльності людського суспільства. Тобто, як нами було зазначено вище, ризик – це конкретно-історична економічна категорія. Ризик пов'язаний з усім ходом суспільного розвитку. Якщо спочатку, на ранніх ступенях розвитку суспільства, ризик можна асоціювати з почуттям страху, випробовуванням людиною через загрозу загибелі, то в міру розвитку товарно-грошових відносин, ризик стає економічною категорією. Відповідно, з ним тісно пов'язане таке, порівняно нове для економічної науки поняття, як «економічна безпека» [3].

Як і відносно економічного ризику, в сфері економічної безпеки в останні роки спостерігається значне посилення дослідницької активності. Ми можемо це пов'язати з «соціальним замовленням» на такого роду дослідження, викликаним проходженням нашою країною точки «потрійної біфуркації». Що ж стосується теоретичного аспекту, то можна відзначити, що дослідницька активність призвела до появи нового термінологічного поля економічної безпеки і наростання його різноманітності і суперечливості. Різні фахівці пропонують різні точки зору на економічну безпеку, її сутність, структуру, механізми її забезпечення і т.д. Проте в більшості джерел висловлюється думка, що економічна безпека пов'язана із запобіганням загроз економічній системі, їх нейтралізацією і зменшенням негативних наслідків від їх впливу. При цьому, для якісної і кількісної оцінки загроз економічній безпеці, як правило, застосовується термінологічний апарат, концептуальні положення та методологічний інструментарій економічної ризикології, як комплексної науки, об'єктом вивчення якої є економічні ризики.

Фундаментальними причинами виникнення ризиків (загроз економічної безпеки) є наступні:

- відсутність у економічних суб'єктів повної і достовірної інформації щодо справжнього стану і тенденцій розвитку економічної системи;
- випадковості (стихійні лиха, техногенні аварії та катастрофи, політичні події, епідемії, нові відкриття і винаходи, знецінення існуючих технологій та ін.);
- свідомо протидія прогресивному розвитку тієї чи іншої економічної системи (наприклад, міжнародні економічні санкції, збройні конфлікти та ін.) [4, с. 28].

Навіть побіжний аналіз зазначених причин приводить до висновку, що повністю усунути загрози економічної безпеки, гарантовано захистити господарську систему від ризиків не представляється можливим. Це обумовлює необхідність спеціального управління нею, що отримав назву ризик-менеджменту. Основними інструментами ризик-менеджменту є страхування, хеджування, ухилення від ризику, компенсація ризику і його наслідку, локалізація, розподіл (дисипація) ризику, резервування та ін. Перераховані заходи не в змозі забезпечити абсолютний

захист системи від можливих ризиків, хоча і можуть істотно їх зменшити, а також згладити їхні наслідки.

Особливо підкреслимо, що усунути невизначеність майбутнього в господарській діяльності неможливо, так як вона є елементом об'єктивної дійсності [5]. Ризик є невід'ємною частиною економічного життя. Проте значною мірою ризики можуть бути запобігати шляхом ефективного управління, що включає широке коло заходів з протидії загрозам економічної безпеки, наприклад, за рахунок диверсифікації господарської діяльності. Найбільший ефект, на нашу думку, може бути досягнутий за рахунок поєднання, комбінації різних методів управління ризиками.

Розглядаючи методи ризик-менеджменту в контексті забезпечення економічної безпеки, відзначимо одну важливу обставину: арсенал допустимих і реально застосованих способів протидії загрозам істотно залежить від ієрархічного рівня господарської системи, досліджуваної в якості об'єкта управління. При цьому, загальна залежність така. Чим вище рівень системи, тим більш обмеженим стає перелік методів управління. Це обумовлено тим, що в міру збільшення масштабів господарської системи відбувається скорочення числа її зв'язків з іншими системами, використання потенціалу яких дозволяє знизити рівень загроз економічній безпеці.

Наприклад, якщо розглядати таку господарську систему мікрорівня, як будівельне підприємство, то воно може застрахувати ризики в страхових компаніях, перерозподілити їх між учасниками інвестиційного проекту, пов'язаного з виконанням будівельних робіт, відмовитися від взаємодії з постачальниками матеріалів, які визнані неблагонадійними, на користь інших контрагентів і т.д. А на глобальному рівні розгляду – рівні світового господарства, що розглядається як єдина система – господарські взаємодії цієї системи з іншими аналогічними відсутні, що називається, «за визначенням». В цьому випадку можна покладатися тільки на внутрішні ресурси.

Тобто, ми логічно приходимо до важливого методологічного висновку, який досі не знайшов адекватного відображення в економічній та управлінській літературі, про те, що резервування ресурсів з метою їх використання в критичних ситуаціях для нейтралізації загроз економічній безпеці та пом'якшення наслідків їх прояву, є основоположним, найбільш загальним методом ризик-менеджменту.

Метод резервування ресурсів може реалізовуватися в різних формах. Зокрема в господарських системах нано-, мікро- і мезорівні він проявляється у формі самострахування, тобто створення матеріальних і грошових страхових (резервних фондів) безпосередньо в самій системі. В умовах досить розвинених товарно-грошових відносин, як правило, самострахування здійснюється у вигляді резервування фінансових коштів на покриття непередбачених витрат, пов'язаних з протидією загроз економічній безпеці. Величина цього резерву фінансових коштів на покриття непередбачених витрат визначається потенційними ризиками, які впливають на вартість виконання заходів з їх нейтралізації.

Якщо ж розглядати рівні регіональної, національної, світової господарської систем, то створення резервів у вигляді фондів грошових коштів (золотовалютні резерви, стабілізаційні фонди і пр.) виявляється порівняно менш ефективним за-

ходом, порівняно з матеріальним резервуванням. Не випадковим, наприклад, представляється прийнятий в міжнародній практиці норматив достатності золото-валютних резервів країни. Він становить суму, необхідну для оплати імпортних поставок протягом трьох місяців. Вважається, що протягом цього терміну або будуть ліквідовані загрози економічній безпеці (наприклад, стабілізується кон'юнктура світового ринку), або відбудеться інституціональна перебудова національної економіки, спрямована на її адаптацію до нових умов (наприклад, переклад економіки країни з «мирних на військові рейки»).

Наявність же матеріальних резервів у вигляді споживчих товарів (продовольство, одяг, медикаменти та ін.), сировини і матеріалів (будівельні конструкції, моторне паливо, металопрокат і т.п.), а також готових виробів виробничого призначення (вантажні автомобілі, дорожньо-будівельні машини, верстати і т.д.) дозволяє негайно використовувати ці ресурси в разі виникнення або загрози виникнення критичної ситуації. За рахунок виключення проміжних операцій з придбання на фінансові кошти з резервного фонду і поставки кінцевим споживачам необхідних матеріальних ресурсів, матеріальне резервування виявляється більш оперативним, а отже, дієвим методом управління.

Таким чином, якщо говорити про сучасну економіку України, то підтримувати такий її стан, при якому на тривалий період часу забезпечуються гідні умови життя і гармонійного розвитку особистості, соціально-економічної стабільності суспільства і держави, здатність протистояти впливу внутрішніх і зовнішніх загроз, на наш погляд, неможливо без проведення оптимальної політики державного матеріального резервування. Досвід історичного розвитку також підтверджує, що завчасне створення матеріальних резервів є дієвим засобом забезпечення економічної безпеки будь-якої держави. Так, заходи по створенню запасів продовольства в Україні, нерідко піддавалася неврожаїв та голоду, йдуть углиб історії аж до XVI століття, коли почали створювати державні запаси хліба, що покривали потребу населення міст.

Слід зазначити, що, якщо раніше в якості «нештатних» ситуацій розглядалися тільки війна і прояви стихійних сил природи, то зараз до них додалися економічні ризики та техногенні або антропогенні катастрофи. Кожна така ситуація вимагає концентрації в стислі терміни великих обсягів різноманітних матеріалів (сировини) і готової продукції. Державне резервування повинне забезпечити в умовах лих, таких як землетруси, повені, засухи та неврожаї, великі лісові пожежі та інше, першочергові потреби населення, діяльність самих сил ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій до того моменту, поки промисловість і сільське господарство зможуть нормалізувати свою роботу.

Наявність резерву матеріальних активів робить державу не тільки більш незалежною на світовому ринку, але і дає можливість надавати регулюючий вплив на внутрішню економічну ситуацію в країні. Резерви дозволяють при необхідності в критичному періоді підтримати цілі галузі економіки, окремі регіони і підприємства. Разом з тим при створенні державного матеріального резерву в умовах ринкового господарства необхідно мінімізувати навантаження на державний бюджет, виключити ситуації створення «мертвого капіталу», знецінюваного в фізично і морально старіючих запасах.

Державний матеріальний резерв України призначений для:

- забезпечення мобілізаційних потреб України;
- забезпечення невідкладних робіт при ліквідації наслідків надзвичайних ситуацій;
- надання державної підтримки різним галузям національної економіки, організаціям, суб'єктам України в цілях стабілізації економіки при тимчасових порушеннях постачання ключових сировинних і паливно-енергетичних ресурсів, продовольства у разі виникнення диспропорцій між попитом і пропозицією на внутрішньому ринку;
- надання гуманітарної допомоги;
- надання регулюючого впливу на ринок.

Як впливає з аналізу перерахованих положень закону, можна виділити два основних напрямки використання державних матеріальних резервів, Перший з них лежить у сфері забезпечення національної безпеки в широкому сенсі і пов'язано зі створенням умов для першочергового та безперервного забезпечення населення, державних структур, підприємств необхідними для підтримки життєдіяльності в критичних умовах, викликаних неекономічними причинами (війни і збройні конфлікти, стихійні лиха, техногенні катастрофи та ін.). Другий напрям, тісно пов'язаний з першим, – економічний.

Економічне призначення державних матеріальних резервів полягає у відновленні порядку нормального функціонування господарської системи в разі її трансформації (мається на увазі перехід господарської системи з мирного на військовий режим функціонування при проведенні мобілізації) або збоїв в нормальному функціонуванні внаслідок прояву комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників. На нашу думку, в сучасних умовах саме економічні функції матеріального резерву набувають більшого значення. Це пов'язано як з адаптацією державних інститутів до ринкових умов, так і з відносним зниженням загроз глобального військового протистояння.

Використання запасів державного матеріального резерву для стабілізації економіки і надання регулюючого впливу на ринок регламентується чинним законодавством. Ці дії можуть здійснюватися у разі виникнення диспропорцій між попитом і пропозицією на внутрішньому ринку для стабілізації економіки і надання регулюючого впливу на ринок. Для цього КМ України уповноважене приймати рішення про закупівлю та закладку матеріальних цінностей до державного резерву понад встановлені обсяги і норм.

Створення і використання резервів матеріальних ресурсів в інтересах забезпечення економічної безпеки ґрунтується на низці принципів, серед яких найбільшу роль відіграють такі:

- визначеність цільового призначення. Резервування необхідно здійснювати з урахуванням потенційних можливостей виникнення критичних ситуацій в країні та регіонах;
- оптимальність розміщення. Територіальне розташування матеріальних резервів, з одного боку, повинно забезпечити їх збереження і захищеність при виникненні критичних ситуацій, а з іншого – їх раціональне розміщен-

ня щодо потенційних регіонів (місць, районів) реалізації загроз економічній безпеці;

- мобільність і оперативність застосування. Цей принцип передбачає підтримку високого ступеня підготовленості матеріальних резервів до переміщення до місць їх безпосереднього використання;
- достатність. Обсяги збережених матеріальних ресурсів, їх структура, асортимент, якісні показники і характеристики повинні забезпечувати проведення першочергових робіт з попередження ризиків і ліквідації наслідку їх реалізації;
- економічність. Обсяги витрат на створення, зберігання, використання та заповнення резервів матеріальних ресурсів повинні бути мінімально можливими.

З урахуванням поточних і перспективних завдань України, досвіду управління ризиками та здійснення державної стратегії економічної безпеки, на сучасному етапі слід переосмислити роль державних матеріальних резервів у системі забезпечення економічної безпеки країни та її регіонів. Резервування ресурсів є важливою ланкою економічного механізму управління ризиками не тільки техногенного, політичного і так далі, але й економічного характеру. Комплексний підхід до питань накопичення та використання державних матеріальних резервів з використанням апробованих і розроблених ринкових механізмів дозволить більш ефективно витратити значні за обсягом державні кошти, що виділяються на ці цілі. В сучасних умовах, на думку автора, Державний матеріальний резерв може і повинен розглядатися в якості одного з елементів макроекономічної політики держави.

Література

1. Про основи національної безпеки України : Закон України // Урядовий кур'єр. – 2003. – № 139.
2. Про основи регуляторної політики в сфері господарської діяльності : Закон України // Урядовий кур'єр. – 2003. – № 198.
3. Захарченко В. И. Экономическая безопасность бизнеса /В.И. Захарченко, Н.Н. Меркулов, Н.В. Халикян. – Одесса : Наука и техника, 2009. – 176 с.
4. Земсков А. Е. Противодействие угрозам экономической безопасности хозяйственных систем на основе резервирования // Вестник Академии экономической безопасности МВД России. – 2008. – №3. – С. 26 – 31.
5. Лысенко Ю. Г. и др. Механизмы управления экономической безопасностью / Ю.Г. Лысенко. – Донецк: Дон НУ, 2002. – 178 с.
6. Ярочкин В.И. Система безопасности фирмы / В.И. Ярочкин. – М. : Ось-89, 2003. – 352 с.

Анотація

Ширяєва Л.В. Нейтралізація загроз економічній безпеці суб'єктів господарювання на основі ефективного використання ресурсів. – Стаття.

Визначено роль: державних матеріальних ресурсів у системі забезпечення економічної безпеки країни та її регіонів, ризиків при визначенні причин загроз економічній безпеці. Обґрунтовано резервування ресурсів як важливого ланцюга економічного механізму управління ризиками техногенного, політичного, економічного характеру. Визначено комплексний підхід до накопичення та викорис-

тання державних матеріальних резервів. Матеріальний резерв розглядається в якості одного з елементів макроекономічної політики держави.

Ключові слова: економічна безпека, ризик, резерв, ресурс, загроза, запас, система.

Аннотація

Ширяева Л.В. Нейтрализация угроз экономической безопасности субъектов хозяйствования на основе эффективного использования ресурсов. – Статья.

Определена роль: государственных материальных ресурсов в системе обеспечения экономической безопасности страны и ее регионов, рисков при определении причин угроз экономической безопасности. Обосновано резервирование ресурсов как важной цепи экономического механизма управления рисками техногенного, политического, экономического характера. Определен комплексный подход к накоплению и использованию государственных материальных резервов. Материальный резерв рассматривается в качестве одного из элементов макроекономической политики государства.

Ключевые слова: экономическая безопасность, риск, резерв, ресурс, угроза, запас, система.

Annotation

Shiryayeva L. Neutralization of threats to economic security of business entities based on the efficient use of resources. – Article.

The role of: the state of material resources in the system to ensure the economic security of the country and its regions, risks in determining the causes of threats to economic security. Reservation of resources is justified as an important economic chain risk management mechanism technological, political, economic. Defined a comprehensive approach to the retention and use of state material reserves. Material reserve is regarded as one of the elements of macroeconomic policy.

Keywords: economic security, risk, reserve, resource, threat, stock system.

УДК 343.2 (477)

Чуваков О.А.,*кандидат юридических наук, доцент,**доцент кафедри уголовного права,**уголовного процесса и криминалистики**Одесского национального университета имени И.И. Мечникова*

«БЕЗОПАСНОСТЬ» КАК СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЕ ЯВЛЕНИЕ

Для выявления сущности понятия безопасность, а также определения системы мер позволяющих максимально эффективно защитить интересы личности, общества и государства, требуется, прежде всего, определить содержание самого понятия безопасность. Указанный термин достаточно часто употребляется как в юридической литературе, законах, нормативных правовых актах, так и в средствах массовой информации, быту. Однако до последнего времени исследователями уделялось мало внимания философским и методологическим проблемам безопасности как определенному социальному явлению

В реализации этих задач право является необходимым средством обеспечения безопасности, вне права невозможно реализовать экономический и духовный потенциал общества, только с помощью права государство имеет возможность контролировать и обеспечивать социальную безопасность. Не случайно во всех документах, посвященных безопасности в качестве необходимого условия осуществления намечаемых мероприятий называется разработка системы их правового обеспечения [1].

Понятие безопасности обладает выраженной биологической категорией и в определенном смысле может быть истолковано по аналогии с инстинктом самосохранения человека. Данное обстоятельство позволяет рассматривать категорию безопасности в качестве необходимого условия жизнедеятельности индивида, стабильного существования и функционирования государства и общества, прогрессивного развития человеческой цивилизации.

Еще в глубокой древности понимание безопасности человеком не выходило за рамки обыденного представления и трактовалось им как отсутствие для него опасности или зла. В таком житейском значении термин «безопасность» употреблялся, например, древнегреческим философом Платоном. В то же время в средние века, согласно словарю Робера, под безопасностью уже понимали спокойное состояние духа человека, считавшего себя защищенным от любой опасности. Однако в этом значении данный термин не вошел прочно в лексику народов Европы и до XVII в. использовался редко [2, с. 25].

Широкое же распространение в научных и политических кругах западноевропейских государств понятие «безопасность» приобретает благодаря философским концепциям Т. Гоббса, Д. Локка, Ж.Ж. Руссо, Б. Спинозы и других мыслителей XVII-XVIII вв., означая состояние, ситуацию спокойствия, появляющуюся в результате отсутствия реальной опасности (как физической, так и моральной). Именно в этот период учеными предпринимались первые попытки теоретической

разработки этого понятия. Наиболее интересной представляется версия, предложенная Зонненфельсом, который считал, что безопасность – это такое состояние, при котором никому нечего опасаться. Для конкретного человека такое положение означало частную, личную безопасность, а состояние государства, при котором нечего опасаться, составляло общественную безопасность [2, с.26].

В Украине на законодательном уровне определение понятия «безопасность» впервые сформулировано в рамках понятия «национальная безопасность» в Концепции национальной безопасности Украины (одобрена Постановлением Верховной Рады Украины от 16 января 1997 года) [3].

Впоследствии указанное определение приобрело дальнейшее развитие в Законе Украины «Об основах национальной безопасности». В данном законе под национальной безопасностью понимается – защищенность жизненно важных интересов человека и гражданина, общества и государства, что обеспечивает устойчивое развитие общества, своевременное выявление, предупреждение и нейтрализацию реальных и потенциальных угроз национальным интересам [4].

В настоящее время в Украине принимаются законы о конкретных видах безопасности, где и формулируются такие понятия.

Так, в Проекте доктрины информационной безопасности Украины указано, что информационная безопасность является важной самостоятельной сферой обеспечения национальной безопасности [5].

Приказом Государственной администрации ядерного регулирования от 9 декабря 1999 года № 63 «О утверждении Общих положений обеспечения безопасности атомных станций» установлено, что «безопасность атомной станции определяется, как способность атомной станции при условиях нормальной эксплуатации, нарушения нормальной эксплуатации, аварийных ситуаций и аварий ограничивать радиационное воздействие на персонал, население, окружающую среду установленными ограничениями [6].

В Приказе Государственного Комитета строительства, архитектуры и жилищной политики Украины «О мерах в отношении исполнения постановления Кабинета Министров Украины от 5.05.97 № 409 «О обеспечении надежности и безопасной эксплуатации строений, сооружений и инженерных сетей» безопасность определяется, как: отсутствие недопустимого риска, связанного с возможностью причинения какого-либо вреда для жизни, здоровья и имущества граждан, а также окружающей природной среды [7].

Закон Украины «О качестве и безопасности продуктов питания и продовольственного сырья» безопасность продуктов питания определяет, как отсутствие угрозы вредного воздействия продуктов питания, продовольственного сырья и сопутствующих материалов на организм человека [8].

Введение указанными законодательными актами понятия безопасности повлекло за собой различные теоретические модели восприятия ее жизненно важных интересов и объектов.

Следовательно, анализ определения понятия безопасности в некоторых нормативных актах дает возможность прийти к следующим выводам: а) безопасность можно рассматривать в качестве определенного социального явления со всеми характерными для него свойствами; б) безопасность воспринимается как

необходимое, особое социальное благо, к поддержанию и сохранению которого общество и государство осуществляет всевозможные меры.

Иным представляется понятие безопасности в современной отечественной науке и отличается существенной неопределенностью.

Так, М.А. Лесков для понимания безопасности предлагает гомеостазисный [9, с. 66] подход. Он рассматривает безопасность как явление, тождественное гомеостазису системы, "под которым принято понимать тип динамического равновесия, характерный для сложных саморегулирующихся систем и состояний в поддержании существенно важных для сохранения системы параметров в допустимых пределах" [10, с. 97].

Иное мнение к пониманию безопасности существует у Л.И. Шершенева. Он считает, что в основе "концепции безопасности, ее структур и механизмов должно лежать новое ноосферное мировидение, новое представление о целях и жизненно важных интересах и базовых ценностях государства, его роли и месте в мировом сообществе". При этом ключевым элементом ноосферного устройства жизни выступает человек. Абсолютная ценность человека является мерой всему, и целью общества выступает личность безопасного типа для себя, окружающих, среды обитания [11, с. 13]. Такая теория направлена на воспитание личности "безопасного" типа.

Анализ научной литературы по проблемам безопасности указывает, что границы ее понимания достаточно широки. Если раньше безопасность рассматривалась применительно к государству и обществу, то в настоящее время она рассматривается в отношении триединства – личность, общество, государство. Ранее безопасность связывалась в основном с подрывной деятельностью внешних и внутренних противников государства, сегодня же безопасность государства – это не только сведение к минимуму угрозы военного нападения, захвата территории, физического уничтожения населения. В широком смысле понятие «безопасность» включает обеспечение гражданам того или иного общества необходимых условий для цивилизованной жизни, развития и самовыражения [12, с. 3].

Поэтому некоторые исследователи предлагают позицию обеспечения безопасности личности, общества и государства исключительно путем обеспечения безопасности институтов государства. Так, С.В. Степашин согласен с тем, что только крепкое государство и сильная власть могут быть гарантами естественных прав человека, свободы и достоинства личности. Однако, по его мнению, власть может быть причиной нарушения этих прав и свобод, может сама становиться опасностью для человека и общества [13, с. 16].

Подобную идею поддерживает и Н.Д. Казаков, который рассматривает безопасность как "динамически устойчивое состояние по отношению к неблагоприятным воздействиям и деятельность по защите от внутренних и внешних угроз, по обеспечению таких внутренних и внешних условий существования государства, которые гарантируют возможность стабильного, всестороннего прогресса общества и его граждан". Это понятие, по его замечанию, превратилось в комплексное и интегративное, отражающее в данном качестве жизненно важные интересы развития личности, общества и государства [14, с. 63].

В этом смысле нельзя не согласиться с суждениями Н.Н. Арзамаскина и П.И. Матросова, которые определяют безопасность как состояние, при котором внешние и внутренние угрозы – не достигают определенного критического уровня, позволяющего говорить об угрозе важнейшим интересам государства, общества, личности, а также как меру защищенности среды, обитания, чести, достоинства, ценностей личности, социальных, групп, государства, общества, цивилизации в целом. При этом под национальной безопасностью исследователи подразумевают уровень защищенности жизненно важных интересов личности, общества, государства от внутренних и внешних угроз [15, с. 51]. Поэтому некоторые исследователи предлагают позицию обеспечения безопасности личности, общества и государства исключительно путем обеспечения безопасности институтов государства.

В.К. Сенчагов рассматривает безопасность как состояние объекта в системе его связей с точки зрения способности к выживанию и развитию в условиях внутренних и внешних угроз, а также действия непредсказуемых и труднопрогнозируемых факторов [16, с. 12]. В данном случае, хоть и в абстрактной форме, угрозы объекту не исключаются, причем сам – объект исследуется с точки зрения возможности его существования в условиях неизбежных опасностей.

Подобный подход к понятию безопасности позволяет глубже проникнуть в сущность безопасности, определить методологические основы построения и функционирования ее системы, однако он излишне обобщен и не содержит реального представления о безопасности человека с его естественными правами и свободами, которые согласно Конституции Украины (ст. 3) является наивысшей социальной ценностью [17].

Тщательное изучение понятия безопасности, исследованное в современных условиях, подтверждает изменения в подходах к этому явлению. Как подчеркивают некоторые исследователи, «безопасность – многоаспектное явление, которое представляет собой и защищенность систем, объектов, существ, изделий и т.п. от какого-либо поражающего фактора» или их совокупности, и свойство любой системы, условие ее существования и развития, и процесс, и результат самой деятельности, предполагающий ее осмысление с точки зрения приемлемого риска [18, с. 15]. В данном случае подчеркивается, что понятие «безопасность» носит конкретно-исторический характер, а основополагающей категорией для всех структур безопасности признается человек.

Поскольку Закон Украины «Об Основах национальной безопасности» под безопасностью понимает состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз, где жизненно важные интересы – это совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможности прогрессивного развития личности, общества и государства, а угроза безопасности рассматривается как совокупность условий и факторов, создающих опасность жизненно важным условиям личности, общества и государства, то категориальный аппарат данного определения безопасности включает такие понятия, как «защита», «угроза», «опасность», «интересы», «потребности», «существование», «развитие», а также «личность», «общество» и «государство» [19, с. 249]. От смыслового наполнения этих ключевых понятий зависит направленность усилий по обеспечению

безопасности. Из чего следует, что официальная трактовка категории «безопасность» в современных условиях не является достаточно полной, так как не отражает динамику развития и понимания этого явления, вносит существенные затруднения в попытки определения его объема и видов.

К сожалению, определение этого понятия, сформулированное Законом Украины «Об Основах национальной безопасности», содержит значительные противоречия. Так жизненно важные интересы рассматриваются как совокупность потребностей, а интересы, как известно – это всегда субъективное осознание таких потребностей. Из чего следует, что угроза безопасности характерна как для отдельно взятого фактора, так и для отдельно существующего условия и совсем необязательно от их совокупности. Согласно проведенному эмпирическому анализу можно сделать вывод о том, что понятие «безопасность» целесообразно рассматривать как защищенность объектов охраны от каких-либо поражающих факторов.

Изучение предложенной трактовки определения безопасности дает возможность сделать ряд выводов. Безопасность – это такое состояние какого-либо объекта (субъекта), при котором отсутствует угроза его существованию или объект (субъект) обладает способностью к локализации (устранению) возникшей угрозы, а также обладает возможностью защиты от посягательств деструктивных сил. В этой связи, безопасность в филологическом смысле представляет собой состояние, при котором не угрожает опасность; есть защита от опасности. Под опасностью понимается способность причинить какой-нибудь вред, а также угроза жизни и здоровью человека, иным его ценностям [20, с. 451].

Таким образом, в процессе обобщения исследованных ранее теорий, можно установить, что безопасность – это такое состояние упорядоченной совокупности общественных отношений, при котором находят свое естественное развитие способности и реализуются социально значимые потребности личности, общества и государства; должным образом защищены от внутренних и внешних угроз права и свободы человека и гражданина, обеспечивается развитие и сохранность материальных и духовных ценностей общества, нормальное функционирование и развитие конституционного строя, территориальной целостности и суверенитета государства.

Литература

1. Питання Апарату Ради національної безпеки і оборони України: Указ Президента України № 966/2005 від 16 червня 2005 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.rainbow.gov.ua/action>
2. Зеленков М.Ю. Правовые основы общей теории безопасности Российского государства в XXI веке. – М. : Юридический институт МИИТа, 2002. – 209 с.
3. Про концепцію національної безпеки України : Постанова Верховної Ради України від 16.01.1997р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3/97-%D0%B2%D1%80>
4. Про основи національної безпеки України : Закон України // Офіційний Вісник України. – 2003. – № 29. – 1433 с.
5. Решение СНБО Украины от 21 марта 2008 года «О неотложных мерах по обеспечению информационной безопасности Украины». Введено в действие Указом Президента Ук-

- раины № 377 от 23 апреля 2008 года. [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.president.gov.ua/ru/documents/7773.html>
6. Про затвердження Загальних положень забезпечення безпеки атомних станцій: Наказ Державної адміністрації ядерного регулювання від 9 грудня 1999 р. № 63. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0132-00>
 7. Наказ Державного комітету будівництва, архітектури та житлової політики України, Державного комітету України по нагляду за охороною праці «Про заходи щодо виконання постанови Кабінету Міністрів України від 05.05.97 № 409 «Про забезпечення надійності й безпечної експлуатації будівель, споруд та інженерних мереж» від 27.11.97 № 32/288.
 8. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини : Закон України // Відомості Верховної Ради . – 2002. – № 48. – 359 с.
 9. Лесков М.А. Гомеостатические процессы и теория безопасности // Безопасность. – 1994. – №4(20). – С.66.
 10. Философский словарь / Под ред. Л.Т.Фролова. – 5-е изд. – М., 1986. – С. 97.
 11. Шершенев Л.И. Безопасность: государственные и общественные устои // Безопасность. – 1994. – №4 (20).
 12. Чернявский Г.С., Кобелев Р.А., Исайчев Г.А. К вопросу исследования проблем безопасности России // Военная мысль. – 1994. – № 29. – С. 2-9.
 13. Степашин С.В. Безопасность человека и общества (Политико- правовые вопросы) : монография. – Спб., 1994. – 240 с.
 14. Казаков Н.Д. Безопасность и синергетика (опыт философского осмысления) // Безопасность. – 1994. – №4 (20). – С. 62-63.
 15. Арзамаскин Н.Н., Матросов,П.И. Государственная безопасность: понятие, черты и перспективы стабилизации // Преступность как угроза национальной безопасности : Сборник. – Ульяновск. –1998. – С. 51.
 16. Экономическая безопасность России / Под ред. В.К. Сенчагова. – М. : Дело, 2005. – 895 с.
 17. Конституция Украины. – Х. : Одиссей, 2010. – 102 с.
 18. Безопасность человека : Учебно-методическое пособие для образовательных учреждений, Под. ред. Л.И. Шершнева. – М. : Фонд национальной и международной безопасности, 1994. – 472с.
 19. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 сл. и фразеол. выражений. РАН. Ин-т рус. яз. им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
 20. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – 22-е изд. – М., 1990. – С. 921.

Аннотация

Чуваков О.А. «Безопасность» как социально-правовое явление. – Статья.

В статье исследованы вопросы, связанные с определением понятия безопасности. Автором проведен подробный анализ научной литературы, а также нормативно-правовых предписаний по проблемам безопасности. Представлены различные научные подходы в части определения понятия безопасности.

Ключевые слова: безопасность, опасность, личность, государство, общество, концепция, закон, защита, угроза, интерес.

Анотація

Чуваков О.А. «Безпека» як соціально-правове явище. – Стаття.

У статті досліджені питання, пов'язані з визначенням поняття безпеки. Автором проведений докладний аналіз наукової літератури, а також нормативно-

правових розпоряджень із проблем безпеки. Представлено різні наукові підходи в частині визначення поняття безпеки.

Ключові слова: безпека, небезпека, особистість, держава, суспільство, концепція, закон, захист, погроза, інтерес.

Annotation

Chuvakov O.A. «Security» as socially-legal phenomenon.– Article.

In article the questions connected with definition of notion of security are researched. The author carried out the detailed analysis of scientific literature, and also normative-legal instructions on security problems. Various scientific approaches regarding defining notion of security are presented.

Keywords: security, danger, personality, state, society, concept, law, protection, threat, interest.

РОЗДІЛ 3

Трибуна молодого вченого

УДК 330.11:304.2 (477)

Жмай А.В.,

аспірант кафедри економіки і управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ (КСО) В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ УКРАИНЫ

Процесс общественного развития открывает для его членов недоступные ранее возможности, однако при этом выдвигает к ним и новые требования. Увеличение требований общества к экономической деятельности в первую очередь проявилось в распространении концепции корпоративной социальной ответственности, которая уже несколько десятилетий занимает центральное место в дискуссиях о взаимоотношениях общества и бизнеса.

На сегодняшний день под понятием «корпоративная социальная ответственность» понимается противоречивое разнообразие как взаимодополняющих, так и альтернативных взглядов. В этой связи можно говорить об изменении предпринимательской культуры хозяйствования вследствие влияния как теоретических идей концепции социализации бизнеса, так и её практических достижений.

Следует также отметить, что через отношение к социальной ответственности, которая сегодня является не добровольным дополнением к хозяйственной деятельности предприятия, а одним из методов управления бизнесом, можно проследить эффективность сформировавшейся предпринимательской культуры в том или ином национальном хозяйстве.

Целью исследования является определение специфики формирования социальной ответственности бизнеса в национальном хозяйстве Украины.

Процесс распространения социально ответственного поведения в современной хозяйственной практике подвергается влиянию как положительных, так и отрицательных факторов.

Аргументы в пользу внедрения социально ответственного поведения можно разделить на два блока. Во-первых, предприниматели ожидают получения определенных выгод или преимуществ, которые могли бы формировать активную мотивацию, то есть содействовать положительным изменениям в деятельности предприятий. Также большое значение играют аргументы, которые говорят о том, что социальные меры являются ключевым элементом управления рисками. Эти доводы выступают основой в процессе формирования реактивной мотивации, при которой социально ответственное поведение рассматривается как средство сохранения достигнутой стабильности [1].

В качестве аргументов, противодействующих распространению корпоративной социальной ответственности, выступают следующие явления:

1. Отсутствие опыта в решении социальных вопросов – в условиях недостаточного опыта возникает необходимость в помощи специалистов и сотрудничестве с общественными и государственными институтами.

2. Нарушение принципа максимизации прибыли – социально ответственное поведение в определенной степени усложняет и ограничивает пути получения прибыли и накладывает ряд дополнительных условий, лишь выполнив которые, предприятие может достичь финансового успеха.

3. Сложность расчетов экономического эффекта от социальной деятельности – вопрос наличия связи между мерой ответственности предприятия и его финансовыми результатами до сих пор не имеет чёткого решения.

4. Средства, которые выделяются для проведения социальных мероприятий, в краткосрочной перспективе являются для предприятия расходами и должны покрываться или за счет владельца, уменьшая его прибыль, или за счет потребителей – в виде повышения цен на продукцию.

5. Преследование целей улучшения имиджа – для многих компаний важным фактором является получение быстрых результатов, и с этой точки зрения иногда достаточно задекларировать преданность социальным принципам, чтобы улучшить репутацию и защитить себя от нападков со стороны общественности [2].

Как мы видим, существует совокупность стимулов и рисков, которые оказывают влияние на принятие решения о социально ответственном поведении предприятия.

Если говорить о реальной практике украинских компаний, то все мотивационные факторы, которые были указаны выше, принимаются во внимание собственниками компаний и их руководством, однако решающее влияние на развитие корпоративной социальной ответственности предприятия оказывает ресурсная база региона и интенсивность становления компании на данной территории. Рассмотрим четыре типа регионов и особенности развития социальной ответственности компаний, их представляющих.

1. Традиционные регионы присутствия крупных компаний (центр и восток Украины) – совокупность социальных инициатив является широкой по направлениям, что объясняется различными причинами, среди которых можно выделить: предыдущий опыт координации усилий власти и бизнеса; наличие в регионах нескольких крупных предприятий, а следовательно, возникновение своеобразной конкуренции в сфере социальной ответственности; значительные отчисления в местный бюджет, что позволяет местным властям выполнять собственные мероприятия социального направления. Особенностью данных регионов является то, что корпоративная социальная ответственность характеризуется использованием как новых, так и традиционных практик.

2. Регионы, в которых предприятия активно развиваются (преимущественно юг и частично запад Украины) – для них характерно использование мероприятий, зависящих от характеристик населения, обеспеченности ресурсами и наличия инфраструктуры. В таких регионах реализуются различные стратегии решения со-

циальных проблем, которые определяются адаптацией к рыночным условиям и экономической выгодой.

3. Регионы умеренного развития бизнеса (запад Украины) – на начальном этапе инициатива по внедрению социальных инициатив в этих регионах должна принадлежать местным властям. В условиях, когда существует необходимость привлечения бизнеса, региональные власти должны уделять внимание таким аспектам социальной деятельности, как развитие инфраструктуры, а также социального и человеческого капитала. Это поможет стимулировать приход в регион компаний и дальнейший рост социальных инвестиций уже со стороны бизнес-структур.

4. Развитие социальной ответственности предприятий, базирующихся в моногородах (преимущественно в восточных областях Украины) является неоднозначным. После восстановления экономической активности в конце 90-х годов происходило значительное оживление развития, связанное, прежде всего, с тем, что предприятия монопрофильных городов представлены сырьевыми и экспортными отраслями. Однако отсутствие конкуренции в социальных мероприятиях, вызванное монопольным статусом предприятий в таких городах искажает развитие социальных практик. Даже моногорода экспортных отраслей в темпах развития социальной ответственности отстают от таких образований, как региональные центры, а зависимость от развития отдельной отрасли делает их слишком уязвимыми [3].

Не существует единого подхода к определению границ социальной ответственности предприятий, что обусловлено различными подходами к оценке её значимости и целесообразности. Для анализа различных аспектов перехода социальной ответственности в реальные меры можно выделить три уровня. Первый уровень – это экономическая модель государства, второй – подход к внедрению социальной ответственности в деятельность предприятий, и третий уровень – модели корпоративного управления компаний.

На первом уровне можно выделить три наиболее типичных экономических модели государства: либерально-рыночную, социально-рыночную и командно-административную. Каждая из них характеризуется собственным пониманием целесообразности социальной ответственности компании и формирует присущий ей подход к внедрению принципов социальной ответственности.

На втором уровне рассматриваются концептуальные подходы, объясняющие сущность и целесообразность социальной активности предприятий [4]. Первый подход, который отвечает либерально-рыночной модели, является традиционным и получил название «концепции корпоративного эгоизма». Его сторонники полагают, что основная цель бизнеса – оптимальное использование имеющихся ресурсов ради достижения максимальной прибыли, при этом компания должна функционировать в пределах действующего законодательства. При условиях выполнения нормативных требований менеджеры должны тратить корпоративные ресурсы таким образом, чтобы удовлетворить интересы владельцев. Приверженцы такой концепции выступают против социальной ответственности в более широком понимании, считая, что подобная практика приводит к ослаблению основной функции бизнеса – получения прибыли [5].

Наряду с этим не только экономисты-теоретики, но и представители бизнеса всё чаще используют в своей деятельности не принцип максимизации прибыли, а стратегию оптимизации поведения в долгосрочном периоде. Такая точка зрения соответствует социально-рыночной экономической системе и носит название «концепции корпоративного альтруизма». Она возникла одновременно с публикациями М. Фридмана и впервые сформулирована в США Комитетом по экономическому развитию, который в своих рекомендациях отмечал, что корпорации должны вносить вклад в улучшение качества жизни общества. Согласно этой позиции компания обязана учитывать негативные аспекты собственной деятельности, влияние на экологию и местное население, а также принимать участие в решении проблем на общенациональном уровне [6].

«Концепция разумного (просвещённого) эгоизма» является компромиссным вариантом объединения двух предыдущих подходов. В соответствии с этой концепцией, предприятие должно выбирать такие направления социальной деятельности, которые позволят решать социальные проблемы, а также улучшать в будущем его экономические результаты. Компания, занимая социально ответственную позицию, в дальнейшем получает выгоду вследствие снижения будущих рисков. При этом в долгосрочной перспективе расходы на социальные инициативы целесообразно рассматривать как социальные инвестиции.

«Концепция предприятия – социального гаранта» соответствует командно-административной модели экономики (в частности, бывшего СССР). Согласно этому, четвёртому, подходу предприятие имеет ряд общественных обязанностей и управляет объектами социальной инфраструктуры. Эта концепция получила свое развитие в условиях, когда не существовало развитой системы социальных заведений и меры по её формированию были переданы предприятиям. Ситуация в таком государстве характеризовалась недостаточной эффективностью распределения социальных благ и сложностью содержания большого количества непрофильных активов для предприятий. Данная концепция, в отличие от других, не получила дальнейшего развития в связи с переходом стран, в которых она господствовала, к рыночным отношениям.

На третьем уровне находятся модели корпоративного управления компаний, которые характеризуются избранными подходами к внедрению принципов социальной ответственности [7]. Концепция «корпоративного эгоизма» стала основой для модели «компании владельцев» (shareholders' company), в которой персонал рассматривается как продавец своей рабочей силы и получает лишь заработную плату. Все социальные потребности работники должны удовлетворять за счёт заработной платы, поэтому компании не следует осуществлять дополнительные мероприятия социальной направленности. Это функция принадлежит исключительно государству, а предприятие принимает участие в решении социальных проблем, образовывая рабочие места, выплачивая заработную плату и налоги, удовлетворяя нужды общества в качественных товарах и услугах.

Модель «предприятия – корпоративного гражданина» является продолжением модели «компании участников». Её сущность заключается в том, что в состав стейкхолдеров начинают зачисляться государственные органы разных уровней, с которыми взаимодействует компания. Помимо того, в ней впервые отобразились

тенденции глобализации, и к кругу заинтересованных сторон начали относить международные организации. Однако существенное расширение круга стейкхолдеров вызвало сложность в исследовании обеспечения баланса их интересов.

В национальном хозяйстве Украины в определенной степени представлены все уровни реализации концепции социальной ответственности. В то же время, существующую систему социальной ответственности нельзя назвать гармоничной, поскольку многие ее элементы возникли не в ходе эволюционного развития рыночных отношений, а остались в наследство от советской системы социального обеспечения. Механизмы социальной ответственности, возникшие вне предпринимательской культуры, оказались в большинстве случаев неэффективными и неприспособленными к условиям рыночной системы хозяйствования.

После распада советской экономической системы функции социальной сферы должны были занять государственные программы и мероприятия социальной ответственности предприятий. Однако, поскольку их внедрение требовало высокого уровня контроля экономических и социальных процессов, определенного опыта реформ со стороны правительства и координации усилий представителей власти и бизнеса, этого не произошло. Таким образом, образовалась брешь, полноценно восполнить которую государство и предприятия оказались не в состоянии.

На уровне отдельных государств процесс институционализации концепции корпоративной социальной ответственности осуществляется с помощью формирования национальных моделей социальной ответственности. Основной их характеристикой является совокупность учреждений, которые играют приоритетную роль при формировании комплекса мероприятий по участию бизнеса в жизни общества. Социальные требования к предприятиям могут поступать от официальных или неофициальных общественных институтов, а также самостоятельно определяться представителями бизнесы-сообщества. В первом случае происходит регламентация участия бизнеса в общественной жизни с помощью коммерческого, экологического, трудового или налогового законодательства, во втором – мера социальной активности определяется предпринимателем самостоятельно.

Несмотря на то, что социальная ответственность бизнеса становится необходимым условием для экономического процветания в развитых странах, Украина характеризуется собственными специфическими тенденциями развития. С одной стороны, можно утверждать, сформированная национальная модель корпоративной социальной ответственности в Украине отсутствует. С другой стороны, неразвитость процессов социальной ответственности является составной частью более широкого круга проблем (например, проблемы становления и формирования рыночных институтов координации экономической деятельности).

Наиболее распространенным объяснением недостаточного развития КСО в Украине является дефицит средств на социальные мероприятия, как у предприятий, так и у государства. Однако такое объяснение можно принять лишь с существенными ограничениями. Общий дефицит средств является характерной чертой национальной экономики, но решение о реализации мероприятий социальной ответственности принимают владельцы предприятий, которые имеют возможность выделять на них необходимые суммы. Также следует отметить, что величина рас-

ходов на социальные меры для предприятий является относительно низкой. В то же время другие издержки, среди которых, в частности, присутствующие расходы на лоббирование собственных интересов в органах государственной власти или расходы на содержание спортивных команд, могут превышать расходы на социальную ответственность. Можно сделать вывод, что владельцы предприятий сознательно избирают такую структуру издержек, где расходы на социальные мероприятия не являются приоритетными и первоочередными. Следовательно, причиной низкой социальной активности является не ограниченность средств, а отсутствие у владельцев предприятий весомых стимулов быть социально ответственными.

Социальная ответственность и её положительные последствия для владельца бизнеса не выступают главной целью владения активами предприятия. Вместо этого они ассоциируются с определенными угрозами, так как нуждаются во вложениях, при этом результаты могут существенно не влиять на улучшение экономических результатов деятельности предприятия. Исключение составляют владельцы больших капиталов, происхождение которых с общественной точки зрения в большинстве случаев носит сомнительный характер. Социальная ответственность в таком случае часто оторвана от производства, трансформирована в благотворительность и используется как средство противодействия негативному имиджу и формирования позитивного [8].

Формирование конкурентоспособной экономики предусматривает создание таких институциональных условий, при которых социальная деятельность предприятия является источником максимизации индивидуального дохода его собственников. Несмотря на неразвитость социальной ответственности бизнеса в Украине, в будущем альтернативы ей нет, следовательно, необходимо активно заниматься вопросами повышения её эффективности в нашей стране уже сейчас.

Активность в принятии решений относительно социальных вопросов традиционно рассматривается как необязательная, однако даже в развитых западных странах всё чаще звучат призывы к тому, чтобы сделать инициативы корпоративной социальной ответственности принудительными и обязательными для выполнения.

Поэтому, несмотря на то, что концепция социальной ответственности бизнеса определяется сегодня исключительно моральными принципами и национальной культурой хозяйствования, для повышения эффективности её внедрения и функционирования в специфических условиях Украины, есть смысл перейти от сугубо добровольной к юридически оформленной ответственности.

Бизнес и общество все чаще рассматриваются как элементы единой системы, за пределами которой их эффективное сосуществование невозможно. Социальная ответственность всё теснее связывается с корпоративной стратегией, а успехи социальных инициатив становятся предпосылками для будущих экономических достижений. Конкуренция выходит на мировую арену, и успеха смогут достичь лишь те компании, которые трансформируются в организационные структуры, способные действовать ответственно по отношению к обществу и окружающей среде.

Литература

1. Алексеева О. Международный опыт в сфере мониторинга и оценки КСО компаний. – Корпоративная социальная ответственность бизнеса. Экспертная оценка и практика в Украине: сборник статей и рекомендаций. – 2008. – С. 128-134.
2. Балакирев В. Оценка влияния корпоративных социальных программ: ситуация, постановка задачи. – «Организация», № 3-4 (20/21). – 2005. – С. 65-77.
3. Петрушенко Ю. Н. Особенности реализации концепции социальной ответственности бизнеса в национальном хозяйстве Украины. – Журнал институциональных исследований. – Том 5. – №1. – 2013. – С. 92-107.
4. Барабанник Л. Б. Концепція корпоративної соціальної відповідальності бізнесу та її становлення в Україні. – Вісник Дніпропетровської державної академії: Економічні науки. – № 1. – 2010. – С. 5-11.
5. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. – The New York Times Magazine. – 1970.
6. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность. – Управление компанией. – 2004. – № 7. – С. 18-25.
7. Лозовая И. С. Корпоративное управление: понятие и основные подходы к его определению. – Вестник Астраханского государственного технического университета. – Серия: экономика. – 2010. – № 1. – С. 84-88.
8. Дементьев В. В., Вишневский В. П. Почему Украина не инновационная держава: институциональный анализ. – Журнал институциональных исследований. – 2010. – Том 2. – № 2. – С. 81-95.

Аннотация

Жмай А.В. Особенности реализации корпоративной социальной ответственности (КСО) в современных экономических условиях Украины. – Статья.

В статье анализируются положительные и отрицательные факторы, оказывающие влияние на процесс распространения социально ответственного поведения. Рассматриваются экономические типы регионов Украины и особенности развития корпоративной социальной ответственности компаний, которые их представляют. Изучаются существующие подходы к определению границ социальной ответственности предприятий, которые обусловлены различными точками зрения относительно оценки значимости и целесообразности КСО.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, предпринимательская культура, национальная экономика.

Анотація

Жмай О.В. Особливості реалізації корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у сучасних економічних умовах України. – Стаття.

В статті аналізуються позитивні та негативні фактори, які впливають на процес розповсюдження соціально відповідальної поведінки. Розглядаються економічні типи регіонів України та особливості розвитку корпоративної соціальної відповідальності компаній, які їх представляють. Вивчаються існуючі підходи до визначення кордонів соціальної відповідальності підприємств, які обумовлені різними точками зору відносно оцінки значущості та доцільності КСВ.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, підприємницька культура, національна економіка.

Annotation

Zhmai A.V. Peculiarities of the corporate social responsibility (CSR) in the current Ukrainian's economic conditions. – Article.

The article is devoted to considering positive and negative factors influencing the process of spreading socially responsible behavior. Economic types of the Ukrainian regions and peculiarities of the companies' corporate social responsibility's development that presents these regions are offered. The existing approaches to the definition of the corporate social responsibility's borders, which are due to different points of view regarding the significance and usefulness of CSR's assessment.

Keywords: corporate social responsibility, business culture, national economy.

УДК 330.341.1

Брицький С. Ю.,

аспірант кафедри економіки та управління

Одеського національного університету імені І.І. Мечникова

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВИЗНАЧАЛЬНИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ

Сучасна економічна обстановка, в якій здійснюють свою діяльність підприємства, характеризується нестабільністю і невизначеністю. Їх сталий розвиток в перспективі залежить від здатності прогнозувати і гнучко реагувати на мінливі умови зовнішнього оточення, утримувати і набувати нові конкурентні переваги в боротьбі на ринках.

Одними із джерел конкурентних переваг є інновації, створені в результаті науково-технічної діяльності на підприємстві. Сфера науково-дослідних робіт і розробок є реальним потенціалом, який підприємство може використовувати для утримання та створення нових конкурентних переваг. Інноваційна діяльність підприємства включає створення, впровадження і поширення інновацій й проявляється перш за все у виробленні та реалізації інноваційної стратегії та інноваційної політики.

Інноваційна стратегія являє собою систему цілей довготривалого розвитку підприємства та заходів з їх досягнення на основі інновацій. Вона може бути агресивною і оборонною. Під агресивністю розуміється ступінь змін, забезпечуваних інноваціями, швидкість їх впровадження і частота змінюваності. Під оборонною стратегією розуміється впровадження інновацій по необхідності, в порядку проходження за лідером [3, с. 375].

Також розрізняють новаторську, імітаційну і венчурну стратегії. Новаторська стратегія спрямована на забезпечення високої конкурентоспроможності продукції шляхом самостійної розробки та впровадження інновацій з великою мірою радикальності з охопленням всіх стадій інноваційного процесу та фаз життєвого циклу інновації. Ця стратегія пов'язана з різними ризиками, основними з яких є:

1. Інноваційний ризик, який визначається помилковістю ідеї інновації, недосягненням передбачуваного результату, моральним старінням інновацій.

Однією з причин виникнення ризику помилкового вибору інноваційного проекту є необґрунтоване визначення пріоритетів економічної і ринкової стратегії підприємства, а також відповідних пріоритетів різних видів інновацій, здатних зробити вклад в досягнення цілей підприємства.

Наступною причиною виникнення ризику неправильного вибору мети інноваційного проекту може стати помилкова оцінка ризику споживання. Дана причина характерна для так званих «авторських» інноваційних проектів, що розробляються вченими.

2. Технологічний ризик пов'язаний з тим, що навіть при успішному випробуванні інновація може бути неефективною у виробництві внаслідок збільшення періоду освоєння, неточності в оцінці очікуваних витрат і т. д.

3. Комерційний ризик пов'язаний з невизначеністю результатів великих витрат на маркетинг продукту радикальної інновації внаслідок конкуренції, а також дії інших ринкових факторів.

4. Фінансовий ризик пов'язаний з можливістю помилок в оцінці одноразових витрат (інвестицій) і майбутніх доходів. Він акумулює в собі всі перераховані вище види ризику і інші ризики (політичні, державні і т. д.) [4, с. 228].

Імітаційна стратегія спрямована на використання вже відомих продуктових, технологічних та інших інновацій з незначним їх удосконаленням. При даному вигляді стратегії значно знижуються технологічний, комерційний, інноваційний і фінансовий ризики, що обумовлює широке її використання у світовій практиці.

Венчурна стратегія передбачає використання підприємством інноваційних розробок венчурних підприємств. Венчурні підприємства, як правило, займаються розробкою інновацій у швидко розвиваються галузях промисловості, охоплюючи стадію розробки (НДДКР, підготовка конструкторської, технологічної та проектної документації) і фазу впровадження (класичний венчур). Ці підприємства можуть також супроводжувати розроблену інновацію в виробництві на підприємстві-споживачі (венчур супроводу). У першому випадку (класичний венчур) венчурне підприємство несе весь інноваційний ризик, а в другому (венчур супроводу) – також частину технологічного ризику. Тому підприємства, що використовують венчурну стратегію, пов'язані з меншими ризиками порівняно з іншими стратегіями.

Інноваційна стратегія підприємства реалізується інноваційною політикою. Інноваційна політика підприємства являє собою визначення цілей інноваційної стратегії та створення механізму підтримки пріоритетних програм і проектів підприємства.

При розробці інноваційної політики розглядаються наступні області діяльності:

- Дослідження та розробки (пошукові, фундаментальні, прикладні дослідження, ДКР, дослідне виробництво і розповсюдження інновацій).

- Підвищення якості та сертифікація продукції.

- Оновлення виробничої бази (технічне переозброєння).

- Створення, підтримка і розвиток науково-технологічного потенціалу підприємства.

- Освоєння ринку інновацій (розробка заходів, пов'язаних з маркетинговою політикою) [1, с. 288].

Метою інноваційної політики є створення умов для забезпечення ефективної діяльності підприємства на основі підвищення його конкурентоспроможності та конкурентоспроможності продукції.

Коли підприємство вступає в ринкову конкурентну боротьбу, йому допомагають фактори конкурентоспроможності, що відрізняють це підприємство від конкурентів. Це такі фактори, як продукція, технологія, мережа для просування продукту і т. д. При удосконаленні підприємства, насамперед, розглядають переваги в плані конкурентоспроможності підприємства, що відноситься до здатності своєчасно застосовувати нові технології, використовувати результати інноваційної діяльності.

Саме тому для підтримки конкурентоспроможності підприємству необхідні інновації. Без інноваційної діяльності неможливо протистояти силам, що змінюють ринкові умови.

Таким чином, в умовах сучасної конкуренції, скорочення життєвого циклу товарів і послуг, розвитку нових різнохарактерних технологій, одним з основних умов формування конкурентної стратегічної перспективи підприємства стає його інноваційна активність.

Без застосування інновацій практично неможливо створити конкурентоспроможну продукцію, що має високий ступінь наукоємності та новизни. У ринковій економіці інновації являють собою ефективний засіб конкурентної боротьби, оскільки ведуть до створення нових потреб, до зниження собівартості продукції, до припливу інвестицій, до підвищення іміджу (рейтингу) виробника нових продуктів, до відкриття і захоплення нових ринків.

Інноваційна політика знаходиться в тісній взаємодії з виробничою, торговою, маркетинговою, інвестиційною політикою. Успішне здійснення інноваційної діяльності можливе тільки в разі комплексного підходу до поставлених завдань і створенні оптимальної організаційної структури, що забезпечує інноваційний процес.

Саме тому в інноваційному процесі велике значення набуває інфраструктура. Вона відіграє особливу роль у розподілі ризику між учасниками інноваційного процесу. В цілому інноваційна інфраструктура являє собою організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну базу для створення умов, сприяє ефективній акумуляції та розподілу коштів і надання послуг для розвитку інноваційної діяльності технологічного трансферу, комерціалізації науково-технічної продукції в умовах підвищеного ризику.

До завдань інноваційної інфраструктури входять:

- Відбір проектів на основі системи об'єктивної експертизи.
- Створення сприятливих стартових умов для розвитку малих інноваційних технологічно орієнтованих фірм.
- Підтримка венчурних проектів.
- Система участі у розробці перспективних науково-технічних напрямків;
- Підтримка механізмів взаємодії з великими центрами (в тому числі типу франчайзингу).
- Формування матеріально-технічної бази для створення і розвитку малих інноваційних фірм, включаючи лізинг високотехнологічного обладнання.
- Акумуляція фінансових ресурсів, створення інноваційних, інвестиційних, венчурних фондів, інноваційних банків та інше.
- Створення інформаційних мереж, що забезпечують розвиток малих фірм, можливість їх підключення до міжнародних мереж.
- Отримання висококваліфікованого консалтингу, інжинірингу, аудиту, реклами, експертних послуг з метою створення конкурентоспроможної наукоємної продукції, високих технологій і просування їх на ринок, в тому числі міжнародний.
- Розвиток страхування інноваційних проектів, державне страхування іноземних інвестицій, що вкладаються в розвиток інноваційної діяльності.

- Допомога в отриманні інформації про іноземних партнерах, укладанні контрактів, в тому числі міжнародних, подачі заявок в міжнародні фонди та організації, участь в міжнародних програмах.
- Допомога у проведенні конверсії.

Навчання підприємництву в науково-технічній сфері [2, с. 343].

Базуючись на даних положеннях, формується інноваційна інфраструктура, що складається з наступних взаємопов'язаних елементів:

1) Організаційні структури (адміністрація малого інноваційного бізнесу або комітет з науки і технології, спілки та асоціації підприємців і т. д.), що забезпечують підтримку малих наукових та інноваційних фірм. Основні їх функції полягають у розробці та реалізації програм підтримки та розвитку інноваційної діяльності, відповідних законодавчих актів, визначенні її місця в загальній стратегії розвитку; обґрунтуванні потреби в матеріальних і фінансових ресурсах, державних коштах, необхідних для реалізації поставлених завдань; створенні механізму взаємодії малих інноваційних фірм з великими організаціями, участі у республіканських програмах, непрямому впливі на інноваційні процеси (пільгове оподаткування, фінансування, кредитування, створення спеціальних фондів і т. д.).

2) Фінансово-кредитні інститути, що забезпечують акумуляцію ресурсів та їх розподіл по суб'єктам інноваційної діяльності, а також фінансову підтримку перспективних проектів (створення інноваційних, інвестиційних, венчурних фондів, банків та ін.).

3) Страхові компанії, фірми, що забезпечують зниження втрат від ризикових операцій, а також залучення інвестицій у науково-технічну сферу.

4) Інформаційні мережі, що дозволяють визначити перспективні напрямки розвитку інноваційної діяльності, технологічний трансфер, комерціалізацію результатів науково-технічних розробок.

5) Система сервісного обслуговування інноваційних організацій, що здійснюють експертизу проектів, консалтинг, інжиніринг, аудит, контролінг, рекламу та інші послуги.

6) Різні форми навчання підприємництву в науково-технічній сфері (навчальні заклади, спеціальні курси навчання, факультети, семінари, симпозиуми тощо).

Одним з важливих результатів інноваційної діяльності є те, що більшість прогресивних нововведень знаходить реальне втілення в створенні наукомісткої і конкурентоспроможної продукції.

Інноваційні проекти дозволяють досягти ефективності, що значно перевищує (у окремих випадках – багаторазово) ту, що відповідає звичайним процесам і підходам. У цьому випадку підприємство здатне добитися з мінімальними витратами таких результатів, досягнення яких для конкурентів, які не мають такої інноваційної підтримки і використовують традиційні методи роботи, буде пов'язане з великими додатковими витратами, причому як фінансів, так і часу.

Насамперед, інтерес для підприємства представляють ідеї, проекти чи рішення, які є за своїм змістом результатом креативного процесу і містять оригінальний підхід, що дозволяє (в силу своєї унікальності) отримати підвищений ефект від їх реалізації або впровадження. Новації найчастіше спрямовані на ті певні області, які утворюють сферу інтересів підприємства чи формують регулюючі механізми.

Прогресивні технології, методики та унікальні продукти, які присутні на ринку, – все це не що інше, як результати творчої діяльності, підсумок інноваційного процесу конкретних підприємств, що приносять їм тим більші доходи, чим вище новизна запропонованих рішень.

Підприємства все частіше вдаються до інноваційної діяльності як до одного зі способів підвищення конкурентоспроможності. Деякі інновації створюють конкурентні переваги, породжуючи принципово нові сприятливі можливості на ринку або ж дозволяють заповнити сегменти ринку, на які інші суперники не звернули уваги.

Якщо конкуренти реагують повільно, такі інновації призводять до конкурентних пріоритетів. Наприклад, в автомобілебудуванні, японські компанії домоглися вихідних переваг за рахунок особливої уваги до компактних моделей, які мають менші розміри, споживають менше енергії, якими нехтували їх іноземні конкуренти, вважаючи такі моделі менш вигідними, що мають менше значення і є менш привабливими.

Таким чином, в умовах ринкової економіки саме інноваційна діяльність є визначальним фактором в конкурентній боротьбі, що забезпечує умови для стабільного довгострокового розвитку.

Література

1. Инвестиции : Системный анализ и управление / Под ред. К. В. Балдина. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 288 с.
2. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / Ильенкова С. Д., Гохберг Л. М., Ягудин С. Ю. и др. – 2-е изд., перер. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 343 с.
3. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент : навч. посібн. / Н. В. Краснокутська . – К. : КНЕУ, 2003. – 375 с.
4. Нечаев Н. И. Инвестиционное проектирование: анализ эффективности и управление риском: монография. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2006. — 228 с.

Анотація

Брицький С. Ю. Інноваційна діяльність як визначальний фактор конкурентної боротьби. – Стаття.

У статті розглядаються конкурентні переваги підприємства з позиції проведення коректної інноваційної стратегії. Дається аналіз видів інноваційної стратегії та пов'язаних з ними ризиків. Розглядаються завдання та елементи інноваційної інфраструктури, яка відіграє значну роль в інноваційному процесі.

Ключові слова: інновація, інноваційна стратегія, конкурентна боротьба, інноваційний ризик, інноваційна інфраструктура.

Аннотация

Брицкий С. Ю. Инновационная деятельность как определяющий фактор конкурентной борьбы. – Статья.

В статье рассматриваются конкурентные преимущества предприятия с позиции проведения корректной инновационной стратегии. Дается анализ видов инновационной стратегии и связанных с ними рисков. Рассматриваются задачи и элементы инновационной инфраструктуры, которая играет значительную роль в инновационном процессе.

Ключевые слова: инновация, инновационная стратегия, конкурентная борьба, инновационный риск, инновационная инфраструктура.

Annotation

Brytskyi S. Y. Innovative activity as a determining factor of competition. – Article.

The competitive advantages of the company from a position of proper innovation strategy are considered in the article. The analysis of types of innovation strategies and related risks are reviewed. The author considers the objectives and elements of innovation infrastructure that plays a significant role in the innovation process.

Keywords: innovation, innovation strategy, competition, innovation risk, innovation infrastructure.

UDK 339.187

Oksana Korets,

Financial Analyst at Brown Brothers Harriman (Krakow office)

A STRONG BRAND AS A WAY TO SUCCESSFUL BUSINESS

These days in a highly competitive environment it is becoming increasingly clear that only a strong brand can help a company to succeed and that is why so many companies put a lot of efforts to build and create such a brand. Brands as the most important intangible assets of a company have approved their ability to not only provide strong competitive advantages to companies, but they also increase significantly their market value. Therefore, it is extremely important to build a strong brand, because a strong brand is difficult to copy and it has higher level of loyalty for the customers as it offers an exceptional service or product.

People do not buy products, they buy brands; and brands are far more than just being a piece of effective marketing. Brands are an incarnation of the people who produce the product and what they represent. Brands are the overall experience that a customer has with a product. Brands are the link that connects consumers to producers.

Brand management or branding could be viewed as a process, which a company uses in order to build, maintain and control its brand. The brand is how a customer recognise a company, its product or service and its reputation. And it helps to build a trust with customers and leads to loyalty. The brand helps a company to differentiate its product from similar products on a marketplace. The process of branding is constant because a company continue to strengthen its brand further and make sure that the specific message is delivered to a customer properly as well as to be sure that the right message about its brand is delivered. Many large corporations hire a brand manager to be sure that the brand is not diminished or misused.

Specialists from Interbrand give the following definition of branding “is concerned increasingly with assembling together and maintaining a mix of values, both tangible and intangible, which are relevant to consumers and which meaningfully and appropriately distinguish one supplier's brand from that of another” [2, p. 2].

Companies, which invent strong brands, are able to get all the benefits, because if a brand is a good one it means that a consumer will purchase it and such a brand will become a valuable asset. If the consumer perceives a brand as a set of values which he/she can specify means that this consumer will reject alternatives, which are presented to him/her. Brands are a good asset as long as they are maintained in a good shape and continue to offer consumers the value, which they require. Thereby, there is a constant need in brand management.

The strong brand has following benefits for a company: provides increased market share and revenues; creates unique image of a company; helps a company to attract new customers and distributors; increases a company's market value; create customers' preferences for a product, etc.

So, there is a need to define a brand and to understand a nature of it.

A brand is very popular topic over a few last decades, however it is not still properly understood. Many believe that a brand is a product or a logo of a company, but it is not true. According to Marty Neumeier a brand is “a person's gut feeling about a product, service or organisation” [4, p. 14]. Therefore, brand is not a product or organisation itself, it is not a logo, but a brand is feelings, thoughts, and psychological relationships between a business and a client; it is a set of values it brings to a consumer, it is an association and an image of a product or an organisation, so it is emotional relationships of a company with its customers.

Kevin Keller in his book “Strategic Brand Management” gives a following definition of a brand “is a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of them, intended to identify the goods or services of one seller or group of sellers and to differentiate it from those of competitors” [3, p. 30].

J. Wolker defines a brand as “unique elements that identify products and set it apart from those of other producers and service providers” [6, p. 517].

A strong brand makes a customer feel good about the choice he/she has made. And a strong brand helps a customer to make a choice. The idea is an essence of a brand and idea can be changed, modified and that is how a brand lives, grows and learns. Brands and ideas behind brands have learnt to match the circumstances. The brand determines the position and strength of the whole marketing framework. And it is highly important to understand the concept of brand identity and the concept of brand equity which help to build a strong brand and to maintain an existing one at a proper level.

Strong brand helps company to stay profitable, to create customer loyalty and to express its uniqueness. Furthermore, it helps to build long-term relationships which will last as a customer loyalty in the future. Consequently, it is highly important to have a strong brand and clear brand identity, because brand identity makes brand more tangible to the consumers. Alina Wheeler wrote in her book that “brand identity is tangible and appeals to the senses. You can see it, touch it, hold it, hear it, and watch it. Brand identity takes disparate elements and unifies them into whole systems” [7, p. 4]. Hence, brand identity transfers intangible brand into more tangible things.

A brand identity provides purpose, direction and meaning for a brand. It is crucial to the strategic vision of the brand and the driver of one of the four basic dimensions of brand equity– associations, which are the heart of the brand.

Designing a brand identity is a complicated process, which needs a combination of strategic thinking, investigation, design excellence and project management skills, so if there is a need to create a strong brand identity a special team should be formed. All of the team members have to be very creative, passionate with what they are doing, have excellent decision making skills, good at collaboration and have broad knowledge.

The guru of brand management David Aaker identifies Brand Equity as “a set of brand assets connected to the brand’s name and symbols that adds to the value, which is provided by a product to a company or its customers” [1, pp. 10-25].

He also describes four components of brand equity: brand name awareness; brand loyalty; perceived quality; and brand associations [1, pp. 10-25].

Brand Awareness

Brand awareness even at the level of recognition can provide the brand with a sense of familiar and signal substance and commitment. Brand, that is known, perhaps

can be a reliable and acceptable quality. Awareness at the level of recall further influences the choice by affecting what brands get considered and chosen as the brand must first log into consideration set before being listed to be purchased.

Perceived Quality

Perceived quality provides a basis for a purchase. The brand will be associated with the perception of the overall quality and is not necessarily based on knowledge of the detailed specifications. Quality associated with the brand can also be a crucial factor in the differentiation and positioning. Constructing durable and strong brand means nevertheless higher than average quality or positioning at least a minimum perceptual quality when considering brands positioned as low in the marketplace. Perceived quality may also attract the interest of the members of the channel, allow expansion and supports a higher price, which provides resources for reinvestment in the brand.

Brand Loyalty

Loyalty to the brand generates value by reducing the costs of marketing and leveraging trade. Loyal customers expect the brand to be always available and encourage others advising them to use it. Retaining existing customers is much cheaper than attracting new and even if there is a low cost of switching there is a significant inertia among customers. In addition, it is difficult for competitors to attract satisfied users of the brand, because they have little motivation to learn about alternatives. Therefore, competitors may not want to waste resources to attract satisfied and loyal customers, and even if they do so, there is plenty of time to respond appropriately to this action.

Brand Associations

Brand associations can apply to people, lifestyle or personality. All of these may change the use of the experience and help to process and retrieve information in a certain order. Two identical products may create different effects in using only because of their associations of a brand are different. Associations can be critical factors in the differentiation and positioning, creating a reason to buy for those potential customers who are looking for specific physical or emotional characteristics. A strong association can also be the basis for the extension of the brand, providing a significant competitive advantage in the target area [1, pp. 10-25].

As it is seen for the above, brand is an intangible asset – brand identity, which includes all tangible expression from packaging to websites, upholds that value. Since a brand is not something tangible and the only emotional connection between a product or a company with a customer, there is a need to design a good brand identity and is a crucial task for every company, which wants to connect emotionally with its customers and create lifelong relationships, because brand identity makes intangible brand more tangible for its consumers and helps to strengthen a brand.

Taking into consideration cultural differences is also crucial for the company if it wants to build a strong brand and make it survive on the market of other countries. Cultures differs in terms of languages, meaning of signs, images, colours and numbers. But also there are a lot of differences in terms of cultural dimensions which where proposed by Geert Hofstede. Let's have a closer look on these differences on the basic of cultural dimensions.

In individualistic societies brands are produced by adding value or abstract personality traits to products, while members of collectivistic societies are more interested in a

specific product and its features than in abstract brands, because they are less accustomed to conceptual thinking. For members of collectivistic societies, the concept of the brand is too abstract to discuss as members of individualistic societies do. Orientation on a relationship is also found in individualistic societies that are feminine, this is not only specific for collectivistic societies. Status brands as jewelry, alcoholic beverages are important and can help to show success and achievements to other people. Ownership of luxury items such as expensive jewelry and watches is associated with masculinity, and this connection is stable with time. Car ownership is associated with wealth, but also around the rich countries is associated with individualism. Also financial products vary depending on the culture. More life insurance policies, for example, sold in individualistic cultures than in collectivist cultures. There is no connection with the uncertainty avoidance, which confirms that uncertainty avoidance is not the same as risk avoidance. In individualistic societies a youth must develop an identity that allows him or her to function independently in different social groups besides the family. A failure to do so can lead to an identity crisis. In collectivist societies a youth development is based on the promotion of the needs of dependency on the family, and the group ideal of being like others, do not differ from other [11, pp. 184, 187, 189].

The most important factor of masculine society is an achievement. In conjunction with individualism, success can be shown, to a lesser extent than in conjunction with the collectivism. Innovation and a desire for change are low in high uncertainty avoidance societies, but in combination with high power distance appeals as modernity and innovation provide status. High scores on masculinity and power distance refer to the need of the status. In high power distance cultures, the role of brands is to demonstrate the owner position in the hierarchy. In masculine societies, status brands demonstrate their success. The set of high power distance and uncertainty avoidance explains the importance of appearance. Japanese (high PDI / high UAI) judge people by their clothes, which is not so with the Chinese (high PDI / low UAI) [5, pp. 293-301].

If brand is characterised as “friendly” it is included to the most powerful brands in the high uncertainty avoidance and low power distance cultures. In high power distance cultures, “luxury” is a characteristic attributed to global brands, and in high uncertainty avoidance cultures, “trustworthy” most attributed to the strong brands. In cultures configuration low power distance and low uncertainty avoidance people include “different” and “innovative” to these brands [11, p. 185].

These findings have implications for global brand positioning. Global companies of Western origin want to be consistent in their messages around the world. They are carefully formulated brand-positioning statement, including brand personality, as a benchmark for global communication, but consumers attribute personality to brands that are consistent with their own cultural values, not the values of the brand manufacturer [11, p. 185].

Implications for the concept of brand personality are that in individualistic societies, brands need to be unique and different with the successive characteristics, while in collectivistic societies brand should be seen as part of a larger whole, the product of a reliable company. While American companies have developed brands with unique characteristics, Japanese companies tend to stress corporate brand. Essentially, this means inspiring trust among consumers and companies have to convince them to buy their

products. Japanese and Korean companies, in their television advertising, display corporate logos more often than German and American companies do [14, pp. 825].

Hofstede's cultural dimensions can also be widely used for promoting products, especially in advertising. It is crucial to know all the aspects of cultural differences and to use appropriate language and to communicate correct message to potential consumers.

In individualistic societies, advertising must convince while in collectivistic societies, the goal is to build relationships and trust between buyer and seller. Japanese advertising focuses mostly on inducing good emotions and feelings, rather than just giving information. Different objectives are reflected in the difference in the time and frequency of verbal or visual mention of brand name in television commercials. In typical Japanese television commercials, the first identification of the brand, the name of the company or product occurs later than in the typical American commercials. In Chinese commercials, brand recognition appears later than in the United States commercials [8, pp. 111-119].

Advertising in Japan is based on building relationships between the company and the consumer. The aim of advertising in Japan is to cater to the consumer and build a relationship of dependency, and this could be possible by the indirect approach. As a result, "feel" is the initial response of the Japanese consumer, and only after that the actions are taken: to go a shop and buy a product [12, p. 217].

In collectivistic societies like Korea and China, focusing on group benefits, harmony and family are more efficient, while in individualistic societies, like the United States and the United Kingdom, advertising that treats to the individual benefits and preferences, and personal independence and success is more efficient. The use of celebrities in advertising is associated with collectivism, where celebrity might give a face to the brand and distinguish a brand from the brands with similar attributes and characteristics [13, p. 98].

Some researchers have shown the differences in advertising in different countries:

Weinberger and Spotts found that the British television advertising contained a lesser level of information content than U.S. advertising

Biswas, Olsen and Carlet found that French advertisements use more humor, sex and emotions, however U.S. advertisements use a greater number of information cues.

Frith and Wesson found that British advertisement made social class differences more evident, while magazine advertisements in the USA characters are shown in more "individualistic" stances than British ones.

Belk and Bryce found that the U.S. advertisements contained more emphasis on materialism and individual determinism than Japanese advertisements [9, p. 17].

Understanding that all the cultures differ and have their own rules and traditions may help to minimize negative impact of cross-cultural differences and helps to enter foreign market more easily and with less harm to a company and its products and also make your product and brand successful.

Cultures differ not only on the scale of Hofstede's national culture dimensions, but also by languages, communication styles, a meaning of colours, numbers, images and gestures.

Language

A company should carefully choose a name of a company, its products, slogan. While developing a new brand name developers have to check the meaning of the chosen name in different languages. It is also important to properly translate a slogan of a company. Language should be also analysed if it suits to a particular country. Names and slogans should be carefully chosen and checked in order to avoid mistakes.

Packaging/design (Colours, numbers, images)

A company should carefully choose the colours and the shape of a packaging for its products, because colours and shapes have different meaning throughout the world. Also there are some common colours, which are used for particular products from the same category. For example, for dairy products the most commonly used colour of packaging is white, for a coffee rich gold, green with an image of coffee beans. And also some colours have different meanings, different colours are considered as lucky and unlucky colours. For example, white colour means purity in the USA and death in Japan; yellow colour means warmth in the USA and jealousy in Ukraine. That's why a company should check it too.

Images are also quite sensitive cultural topic. Company should know that some pictures are not acceptable to use in some countries. For example, if it is quite normal to see a woman in bikini on advertising somewhere in London, however it is not acceptable to use such an image somewhere in Middle East [10].

Numbers are also culturally susceptible as have different meaning around the world. Some hotels do not have rooms with 13 number or 13th floor [10].

Communication style

If company wants to be successful on a particular market it needs also to learn about style of communication in the country. It allows through advertising to speak to potential consumers in a way, which they appreciate and understand.

There are explicit and implicit communication styles. Explicit (individualistic societies, the USA) supposes that customer is unaware about related issues or background information to the topic and provides it themselves. Implicit (collectivistic societies, Japan) the customer is well informed on the issue and minimise the information transmitted on the premise that the customer will understand from involvement [10].

Cultural values

While advertising abroad, the cultural values underpinning the society must be carefully analysed. Is it family oriented? Is there a dominant political or economic ideology? Is it hierarchical? Is there a religion that is practiced by most people? Is the collectivist society or an individualist? All of these factors will affect the advertising campaign if a company left it unexamined. For example, advertising that focuses on independence, individual success and stressing the word "I" will be received negatively in the countries where teamwork is considered as a positive quality. Rebellion or lack of respect to authority should always be avoided in family orientated or hierarchical societies.

Paying careful attention to all of these factors will help a company to build a strong brand and design clear brand identity, which will be sufficient and successful and will lead to the customers' loyalty and will add value to a brand.

Interestingly that we can brand not only products or services, but also it becomes more and more popular to build a brand for a city and territory. So, author will propose some suggestion how to brand the city of Odessa. Due to the fact that Odessa is the only big seaport and one of the largest cities of Ukraine it makes sense to build a strong brand identity for the city, which will help to attract more tourists. And to start the process of branding, first of all, Odessa should position itself, which suggests that the city has to declare its mission, destination at the regional, national and international levels in certain target audiences.

Another suggestion is to have some verbal and visual symbols. For example, it can be verbal slogans of the city as “Pearl of the Sea”, “City of humor”, “Southern Capital of Ukraine”, etc. As a slogan can also be poems, songs, quotes, etc. The visual symbols could be the emblem of the city of Odessa, the flag, the monuments of Duke, Pushkin, Potemkin Steps, Opera House, etc.

There is a need for branding of Odessa, it will improve the lives of the people, attract investments and tourists, and as an important element of creating a positive image of Ukraine. Since the city is a major cultural and tourist centre of the country, branding will enhance the prestige of Odessa in the eyes of not only internal, but also external audiences, which has a positive impact on the development of both this region and the whole country.

The image of Odessa is so versatile at the moment, it is difficult to distinguish the basis of positioning, which would attract to the city the target audiences, and after them the investment. And it must be done, because the brand is created in the area of intersection of the strengths of the city and the needs of the target groups. If to talk about the experience that accompanies Odessa, it can be said that this is actually the most vibrant city of Ukraine. This impression is based on creative, cultural, and commercial potentials of the resort city. At the word "Odessa" a lot of people immediately have many pleasant associations and memories. First of all, thanks to the inhabitants of Odessa, which the whole world knows. It is Anna Akhmatova, Isaac Babel, Mikhail Zhvanetsky, Ilya Ilf, Evgeny Petrov, Valentin Kataev, Yury Olesha, Sholem Aleichem, and many others. And also Leonid Utyosov, Roman Kartsev, Ilya Mechnikov, Vladimir Filatov, David Oistrakh, Kira Muratova, Stanislav Govorukhin, Larisa Dolina and many others.

Nowadays Odessa is one of the most beautiful city in Ukraine as an independent state, respectively, some of the components of the external image of the city should be directed to the search for new opportunities that did not exist during the Soviet era.

Taking into consideration all the information, which was discussed within the previous pages, it becomes obvious that a strong brand plays very important role in a business today. Smart and clear brand identity is crucial element of a strong brand as it makes a product or service more tangible to the customers. Customers can rely only on a representation of a brand or on their previous experience before they will try a product. Strong brand leads to creation of long-term relationships or loyalty between producers and customers. When customer is loyal to a brand, he or she is not so price sensitive and the probability that he or she will switch to another brand is also much lower. Paying careful attention to the cultural differences and doing a market research before to enter a new market help to avoid mistakes and reduce the risk of product's failure and increase of chance of product's success. All of these mean that the companies should

pay carefully control and look after their brands and maintain and make them stronger. Because only strong brand offers customer an exceptional product or service and strong brand is difficult to copy by the rivals and will lead to success.

Reference list

1. Aacker, D. A. (2010). *Building strong brands*. London : Pocket books
2. Hart, S. Murphy J. Brands. (1998). *The new wealth creators*. London : Macmillan Press Ltd.
3. Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring and Managing Brand Equity*. United States : Pearson Education Ltd.
4. Neumeier, M. (2003). *The Brand Gap*. Neutron LLC
5. Suedo, K (2004). Differences in the perception of face, in Jandt, F.E. (ed.) *Intercultural Communication*. Thousand Oaks : Sage
6. Walker J. R. (2010). *Intoduction to Hospitality*. New Jersey : Upper Saddle River
7. Wheeler, A. (2013). *Designing Brand Identity: an essential guide for the whole branding team*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
8. Zhou, S., Zhou, P. & Xue, F. (2005). Visual differences in US and Chinese television commercials, *Journal of Advertising*. – 34(1)
9. Ahmed, N. (2000). *Cross-cultural Content Analysis of Advertising from United States to India, USA*. Downloaded on 26 February 2015 from <http://www.bookpump.com/dps/pdf-b/1120842b.pdf>
10. Cross-cultural advertising Download on 27 February 2015 from <http://www.kwintessential.co.uk/cultural-services/articles/cross-cultural-advertising.html>
11. Mooij de, M. Hofstede, G. (2011) *Cross-Cultural Consumer Behaviour: A Review of Research findings Journal of International Consumer Marketing*, 23:181–192 Downloaded on 2 March 2015 from http://www.mariekedemoij.com/articles/demoij_2011_int_journal_cons_marketing.pdf
12. Mooij de, M. (2010). *Global Marketing and Advertising: Understanding Cultural Paradoxes*, USA: Sage Publications, Inc.
13. Mooij de, M. Hofstede, G. (2010). *The Hofstede model : Applications to global branding and advertising strategy and research*. Downloaded on 3 March 2015 from http://www.mariekedemoij.com/articles/demoij_2010_int_journal_adv.pdf
14. Souid, N. Kassim, N.M. Hong, H.J. (2006) The effect of corporate branding dimensions on consumers' product evaluation, a cross-cultural analysis. *European Journal of Marketing* 40 (7/8). Download on 3 March 2015 from <http://qspace.qu.edu.qa/bitstream/handle/10576/10593/The%20effect%20of%20corporate%20branding%20dimensions%20on%20consumers'%20product%20evaluation%20A%20cross-cultural%20analysis.pdf?sequence=1>

Annotation

Korets O. A strong brand as a way to successful business. – Article.

This paper serves to point out the importance of building strong brands and to clarify some definitions related to brand, brand identity and equity. Also, to give some examples of cultural differences and emphasise the importance of them for a brand building process, in order to prevent making mistakes and increase brand's performance on a global arena.

Keywords: brand, brand management, brand identity, brand equity, cultural differences.

Анотація

Корець О. Сильний бренд, як шлях до успішного бізнесу. – Стаття.

Ця стаття служить для того, аби вказати на важливість створення сильних брендів і уточнити деякі визначення, пов'язані з поняттям бренд, система характерних особливостей бренду і значимість бренду. Також, щоб дати деякі приклади культурних відмінностей та відзначити їх важливість для процесу створення бренду, щоб запобігти помилок і підвищити продуктивність бренду на світовій арені.

Ключові слова: бренд, бренд-менеджмент, система характерних особливостей бренду, значимість бренду, культурні відмінності.

Аннотация

Корец О. Сильный бренд, как путь к успешному бизнесу. – Статья.

Данная статья указывает на важность создания сильных брендов и уточняет некоторые определения, связанные с понятиями бренд, система характерных особенностей бренда и значимость бренда. Также, дает некоторые примеры культурных различий и их важность для процесса создания бренда, чтобы предотвратить ошибки и повысить производительность бренда на мировой арене.

Ключевые слова: бренд, бренд-менеджмент, система характерных особенностей бренда, значимость бренда, культурные различия.

АВТОРИ СТАТЕЙ

- Балахонова О. В.,** доктор економічних наук, доцент кафедри економіки, менеджменту та інформаційних технологій Вінницький соціально-економічний інститут Університету «Україна»
- Борщ В. І.,** викладач кафедри економіки та управління, Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Брицький С. Ю.,** аспірант кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Васильєв С. Г.,** старший викладач кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Ганжела І. П.,** викладач, аспірант кафедри економічної кібернетики Українського державного хіміко-технологічного університету.
- Головченко О. М.,** доктор економічних наук, професор, зав. кафедрою економіки і міжнародних економічних відносин Міжнародного гуманітарного університету, м. Одеса.
- Дубницький В. І.,** доктор економічних наук, професор, академік АЕН України, професор кафедри економічної кібернетики Українського державного хіміко-технологічного університету.
- Дюков В. П.,** кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Жмай А. В.,** аспірант кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Захарченко А. І.,** викладач-методист Державного вищого навчального закладу “Купянський автотранспортний коледж”.
- Захарченко В. І.,** доктор економічних наук, професор, професор економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Іванов С. В.,** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та маркетингу Придніпровської державної академії будівництва та архітектури.
- Коваленко С. Н.,** кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки и управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Колосов А. М.,** доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Луганського національного університету імені Тараса Шевченка.
- Кузнєцов Е. А.,** кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедрою економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.

- Кусик Н. Л.,** кандидат економічних наук, доцент, завідувач кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Лаптева В. В.,** кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки та фінансів підприємства Київського національного торговельно-економічного університету.
- Мазур Е. Е.,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Масленников Є. І.,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Меркулов М. М.,** доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Орлова Н. В.,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Прибок В. А.,** аспірантка кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Радченко О. П.,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Столбуненко Н. М.,** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та управління Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Уперенко Н. А.,** доктор економічних наук, професор, професор кафедри загальної економічної теорії Одеського національного економічного університету.
- Чуваков О. А.,** кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри кримінального права, кримінального процесу та криміналістики Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.
- Шавалюк О. І.,** здобувач кафедри економіки підприємства Львівського національного аграрного університету.
- Ширяєва Л. В.,** доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку, фінансів та аудиту Одеського національного морського університету.
- Ясенова І. Б.,** кандидат економічних наук, старший викладач кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту Одеського національного політехнічного університету.
- Korets O.,** Financial Analyst at Brown Brothers Harriman (Krakow office).

ЗМІСТ

Кузнецов Э.А. Предисловие.....	3
РОЗДІЛ 1.	
ПРІОРИТЕТИ УПРАВЛІННЯ РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ	
Захарченко В. І. Удосконалення міжбюджетних відносин та податкової політики в країнах з федеральним устроєм.....	6
Уперенко Н. А., Коваленко С. Н. Управленческий континуум и некоторые проблемы современного менеджмента.....	16
Балахонова О. В. Розвиток аспектів прийняття управлінських рішень на підприємстві на основі аналізу його бухгалтерської звітності в умовах нестабільності ринку	29
Колосов А. М. Планування і бюджетування діяльності підприємства в умовах невизначеного й мінливого середовища.....	37
Меркулов М. М. Побудова стратегії розвитку підприємства на основі сформованої системи збалансованих показників	47
Дубницький В. І., Іванов С. В., Ганжела І. П. Особливості забезпечення інноваційного регіонального розвитку в контексті фінансової інфраструктури: теоретичні аспекти	55
Кузнецов Э. А. Профессионализация менеджмента как фактор формирования механизма устойчивого экономического развития в Украине.....	64
Кусик Н. Л. Культурні ресурси як джерело унікальних конкурентних переваг регіону	70
Мазур Е. Е. Анализ терминологии «эмоционального маркетинга»	79
Орлова Н. В. Эволюция представлений о субъекте труда и изменение системы социально-трудовых отношений.....	87
Радченко О. І., Шавалюк О. І. Становлення кооперативів у структурі світового сільського господарства.....	96
Масленников Є. І. Категорія фінансова стійкість в системі управління підприємством.....	104
Лаптева В. В. Оцінка потенціалу промислового підприємства в інноваційному розвитку.....	112
Столбуненко Н. М., Прибок В. А. Деякі аспекти інноваційно-інвестиційного розвитку економіки України в контексті сучасних реалій.....	120
Ясенова І. Б. Дослідження податкового потенціалу в системі визначення громадських благ	128
Дюков В. П. Компьютерная деловая игра как модель для принятия менеджером стратегических решений	136

Борщ В. И. Компетентностная модель оценки эффективности управленческой деятельности на предприятии.....	147
Васильев С. Г. Побудова комплексної моделі системи управління підприємством	154
Захарченко А. І. Досвід розвитку систем управління інноваційним виробництвом за кордоном	161

РОЗДІЛ 2.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ПРОБЛЕМИ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Головченко О. М. Еволюція парадигми тіньової економіки в економічних дослідженнях	169
Ширяєва Л. В. Нейтралізація загроз економічної безпеки суб'єктів господарювання на основі ефективного використання ресурсів.	180
Чуваков О. А. «Безопасность» как социально-правовое явление.	188

РОЗДІЛ 3.

Трибуна Молодого Вченого

Жмай А. В. Особенности реализации корпоративной социальной ответственности (КСО) в современных экономических условиях Украины	195
Брицький С. Ю. Інноваційна діяльність як визначальний фактор конкурентної боротьби.....	203
Korets O. A strong brand as a way to successful business.	209
АВТОРИ СТАТЕЙ	218

ПОРЯДОК ПУБЛІКАЦІЇ МАТЕРІАЛІВ У НАУКОВОМУ ЗБІРНИКУ «РИНКОВА ЕКОНОМІКА: СУЧАСНА ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ»

ВИМОГИ ДО РУКОПИСІВ:

Наукові статті, відповідно до постанови Президії Вищої атестаційної комісії України № 7-05/1 від 15 січня 2003 р. «Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України», мають містити такі необхідні елементи:

- постановку проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття;
- формулювання мети статті (постановка завдання);
- виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямку;
- статті подаються з тематикою, яка відповідає концепції та назві наукової збірки.

ТЕХНІЧНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ СТАТТІ

1. Мова статті – українська, російська, англійська.
 2. Обсяг наукової статті – 8-10 повних сторінок разом з анотаціями та літературою. Текстовий редактор – Microsoft Word. Формат сторінки А4 (297x210мм.). Орієнтація – книжкова. Поля: верхнє та нижнє – 2 см, лівє – 2 см, правє – 1,5 см. Абзац: 1 см. Гарнітура – Times New Roman. Кегль – 14, міжрядковий інтервал 1. Стил ь – Normal.
 3. Сторінки не нумеруються.
 4. Схеми і рисунки мають бути згруповані.
 5. Формули набрані у редакторі MathType та пронумеровані.
 6. Автоматичне перенесення тексту не використовується.
 7. Усі слова в тексті розділяються не більше ніж одним пропуском.
 8. Перша строчка – вказується УДК (розмір шрифту – 14, нежирний, розміщення зліва). Через 1 інтервал вказується прізвище та ініціали автора (розмір шрифту – 14, жирний, курсив, розміщення зліва), науковий ступінь, звання та місце роботи (розмір шрифту – 14, нежирний, курсив, розміщення зліва). Через 1 інтервал друкується великими літерами назва статті та розміщується по центру сторінки (розмір шрифту – 14, жирний). Через 1 інтервал розміщується основний текст.
- Після основного тексту через 1 інтервал по центру вказується «Література» (розмір шрифту – 14, жирний); перелік використаних джерел вказується 12 розміром шрифту.
9. Посилання на джерела необхідно робити по тексту у квадратних дужках із зазначенням номерів сторінок відповідно джерела. Наприклад, [5, с. 24] або [6, с. 35; 3, с. 77-78]. Перелік джерел (література) подається наприкінці статті в

порядку згадування джерел відповідно до вимог ВАКу (Бюлетень ВАК України, № 5, 2009 р., форма 23). До списку літератури включаються тільки ті джерела, посилення на які є в основному тексті статті.

10. Після літератури через 1 інтервал подаються анотації трьома мовами (українська, російська, англійська). Анотація має містити: прізвище та ініціали автора, назву статті, стислий виклад змісту статті (до 5 речень), ключові слова (до 5 окремих слів або словосполучень).

До редколегії на електронну адресу подаються:

1. Електронний варіант статті у форматі *.doc, назва файлу має відповідати прізвищу автора.

2. Завірена рецензія доктора або кандидата наук відповідного профілю (крім випадків, коли автор сам має науковий ступінь);

3. Довідка про автора на окремій сторінці (прізвище, ім'я, по-батькові повністю, організація, посада, адреса, науковий ступінь, вчене звання, контактні телефони, поштова адреса для направлення авторського примірника збірника, електронна адреса).

4. На окремому аркуші пишеться науковий реферат статті (резюме) англійською мовою (реферат повинен обов'язково містити: назву статті, прізвище та ініціали автора, посаду, місце роботи, короткий зміст статті. Обсяг реферату – 200-250 слів) (відповідно до наказу МОН України № 1111 від 17.10.2012 р. «Про затвердження Порядку формування Переліку наукових фахових видань України»).

Редколегія залишає за собою право на рецензування, редагування, скорочення і відхилення статей. За достовірність фактів, статистичних даних та іншої інформації відповідальність несе автор.

Адреса редакції збірника наукових праць «**Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління**»: м. Одеса, Французький бульвар 24/26, каб.49.

Відповідальний секретар секції економічних наук – Андрейченко Андрій Вадимович.

Відповідальний секретар секції юридичних наук – Миколенко Олена Миколаївна.

Електронна пошта: rinek@onu.edu.ua; тел. +38 (067) 722-96-15.

Наукове видання

РИНКОВА ЕКОНОМІКА: СУЧАСНА ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА УПРАВЛІННЯ

ТОМ 2 (Випуск 1/3)

*Видано в авторській редакції
з наданого оригінал-макету*

Підписано до друку 04.06.15. Формат 60×84/16. Ум. друк.арк. 13,06.
Обл.-вид. арк. 15,40 Наклад 300 пр. Зам. № 1942.

Видавництво «Наука і техніка»
(свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1196 від 15.01.2003)
65044, Україна, м. Одеса, просп. Шевченка, 1 тел.(048)734-86-40

Віддруковано в друкарні видавництва АО БАХВА
(свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 145 від 11.08.2000)
65044, Україна, м. Одеса, просп. Шевченка, 1, корп.5
тел./факс (048) 777-43-50, e-mail: mail@bahva.com,
www.bahva.com, www.vuzkniga.ua