

**ЯКІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ:
ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ АСПЕКТИ**

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції

Київ · 24–25 травня 2012 р.

У трьох томах

Том 2
Актуальні питання сучасності

Дніпропетровськ
Видавець Біла К. О.
2012

УДК 336
ББК 65.01
Я 44

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ:

Голова оргкомітету:

Корецький М. Х. – д.держ.упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з науково-педагогічної роботи Академії муніципального управління, м. Київ.

Члени оргкомітету:

- Бакуменко В. Д. – д.держ.упр., професор, Заслужений діяч науки і техніки України, проректор з наукової роботи Академії муніципального управління, м. Київ;
- Дасій О. І. – д.е.н., професор, Заслужений працівник освіти України, Директор Науково-навчального інституту регіонального управління та місцевого самоврядування Академії муніципального управління, м. Київ;
- Бутко М. П. – д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту організацій та державного управління Чернігівського державного технологічного університету.

Я 44 Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., 24–25 трав. 2012 р. : у 3 т. – Дніпропетровськ : Біла К. О., 2012.

ISBN 978-617-645-055-9

Т. 2 : Актуальні питання сучасності. – 2012. – 104 с.

ISBN 978-617-645-057-3

У збірнику надруковано матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції «Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти».

Для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗів та наукових закладів.

УДК 336
ББК 65.01

ISBN 978-617-645-055-9

ISBN 978-617-645-057-3 (Т. 2)

© Авторський колектив, 2012

К.е.н. Врода Ю.Ф.

*Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку НАН України,
м. Харків*

ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Ефективність використання енергетичних ресурсів в промисловості України визначається їх доступністю та існуючою технологією використання. Ці головні фактори були закладені в економіку країни в період її індустріалізації. В умовах безпрецедентного зростання світових цін на енергоносії, входження економіки України у світовий конкурентний ринок нагальне постає необхідність в істотному вдосконаленні з урахуванням кращого досвіду держав-членів Європейського Союзу державної політики щодо забезпечення ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів в промисловості [2].

На рис. 1 наведено загальну схему регулювання ефективності використання енергетичних ресурсів в Україні та світі.

На відміну від вітчизняного механізму, який більше орієнтований на нормативно-правовий та інституційний інструменти, в світовій практиці найбільша увага приділяється фінансовому механізму ефективності використання енергетичних ресурсів, а саме таким його інструментам:

- законодавче регулювання умов постачання та збуту паливно-енергетичних ресурсів (ПЕР) на внутрішньому та зовнішньому ринках;
- розробка стратегій та цільових програм, які визначають методи та строки досягнення певних показників ефективності використання ПЕР;
- податкове регулювання постачання та споживання ПЕР;
- бюджетна підтримка та регулювання процесу підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів в економіці;

– інвестиційна підтримка проектів спрямованих на підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів в економіці.

В світовій практиці кожен з вищенаведених інструментів має відповідну законодавчу та фінансову підтримку, механізм реалізації яких має чітку взаємодію на рівнях країн-членів ЄС та їх регіонів.

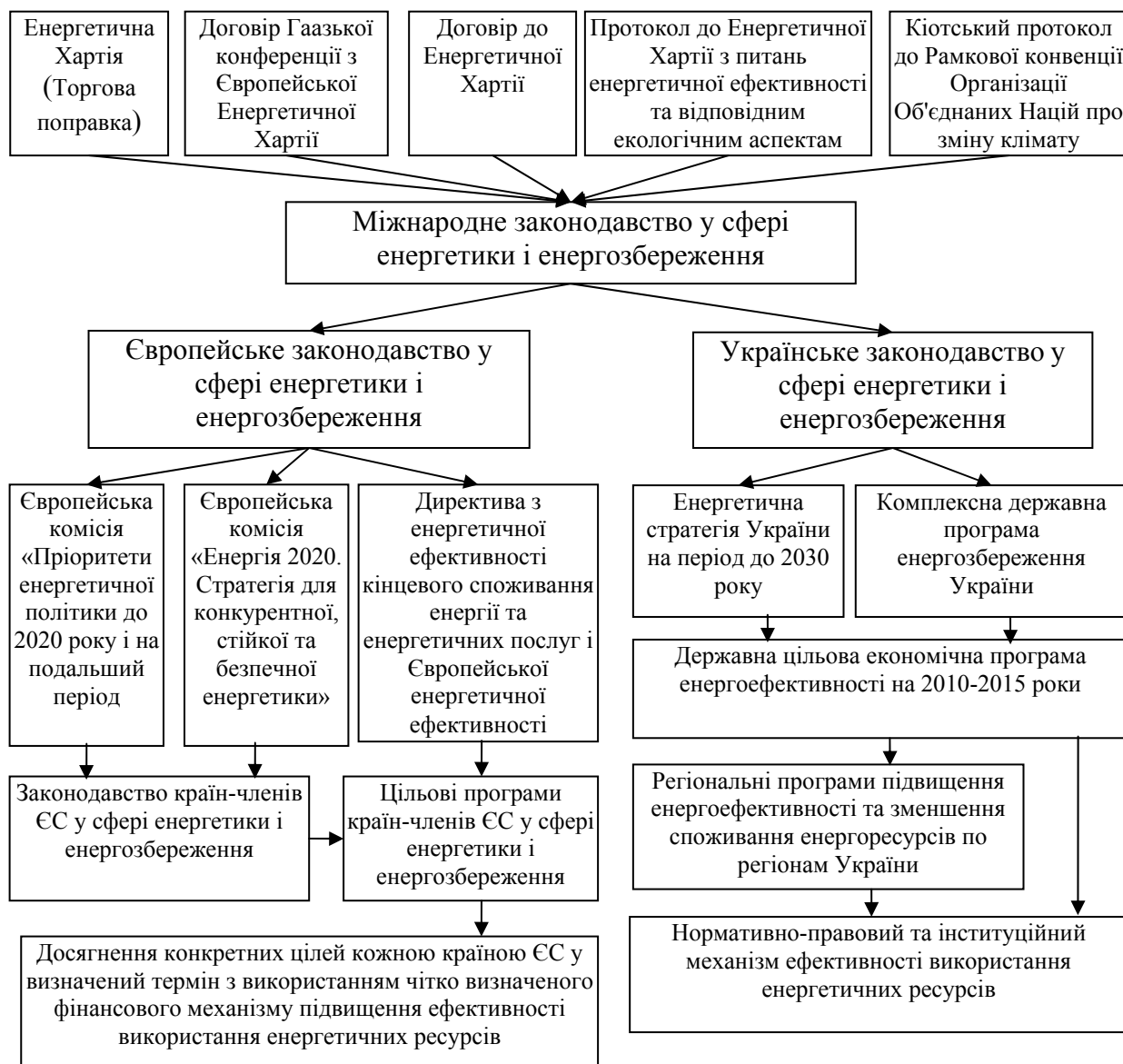


Рис. 1. Схема регулювання ефективності використання енергетичних ресурсів в Україні та світі

Європейський механізм забезпечення ефективності використання енергетичних ресурсів містить два рівні: державний та регіональний. На загальноєвропейському рівні затверджується єдина концепція ефективності використання

енергетичних ресурсів країнами ЄС та стратегія і строки її реалізації. На рівні країн-членів ЄС затверджуються цільові програми в яких визначаються пріоритети, джерела фінансування та конкретні очікувані результати з визначенням термінів у відповідності до загальноєвропейської концепції та директив. Таким чином, кожна країна ЄС самостійно визначає шляхи підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів у відповідності з існуючими загальноєвропейськими пріоритетами ефективного використання енергетичних ресурсів.

На відміну від європейського механізму використання енергетичних ресурсів в Україні все ще панує централізований підхід де концепція, стратегія і цільові програми розробляються на державному рівні без участі регіонів. Проте, згідно з європейською практикою, особливе місце у забезпеченні ефективності використання енергетичних ресурсів повинні займати саме регіони. Кожен регіон, повинен враховувати існуючу державну політику в цій сфері та виходити з потреб промисловості регіону. Для цього необхідно розробляти регіональні цільові програми та створювати умови для залучення інвестиційних коштів для підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів промисловості регіонів.

Законодавство країн Європейського Союзу базується на вимогах міжнародного права щодо використання енергетичних ресурсів, та має високий рівень загальноєвропейської централізації. Це сприяє більш ефективному досягненню загальноєвропейських цілей щодо зниження рівня використання первинних енергетичних ресурсів. Українське законодавство в меншій мірі враховує відповідні вимоги міжнародного законодавства та має більш декларативний характер, відсутня конкретна мета та очікуваний результат від її досягнення.

Список використаних джерел:

1. Комплексна державна програма енергозбереження України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eneco.com.ua>
2. Рішення РНБО України «Про стан реалізації державної політики щодо забезпечення ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua>
3. Energy Efficiency: A Recipe for Success [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldenergy.org>

К.е.н. Люльчак З.С.

Національний університет «Львівська політехніка», Україна

СЛАНЦЕВИЙ ГАЗ – ЗА ТА ПРОТИ

Сьогодні у більшості розвинених країн світу, внаслідок запровадження додаткових вимог безпеки, виробництво електроенергії на АЕС дорожчає і стає залежним від субсидій. Полегшення для атомної енергетики цих країн полягає в тому, що більшість проєктованих атомних електростанцій у найближчі два десятиліття буде збудована у країнах, що розвиваються. У всьому світі на вугілля, нафту і природний газ припадає понад 80% всього попиту на первинні енергоресурси (ресурси, що існують у природі та не проходили крізь перетворення чи обробку), на ядерне паливо – лише 6%. Відновлювані джерела є інноваціями майбутнього, але залежать від субсидій і регулювання, задовольняють поки що менше ніж 2% загальносвітових потреб в енергії – і цей показник у кращому разі зросте лише до 7% у 2035 році.

Але в метушні останніх декількох років одна визначальна, малопомітна подія може змінити енергетичні ринки. Дослідження, опубліковане Управлінням енергетичної інформації США вперше містить оцінки обсягів доступних покладів сланцевого газу у 32 країнах. Йдеться про альтернативний природний газ, що видобувається зі сланцю, складається переважно з метану [1]. Колись його видобуток вважали занадто дорогим, але останнім часом він вже починає змінювати американський енергетичний ринок. Його видобуток зріс у 12 разів за останнє десятиліття, і тепер він задовольняє майже чверть потреб США у природному газі. Країна, що була великим імпортером, нині є самодостатньою у газовій сфері. Дехто навіть говорить про експорт. Перша газова свердловина в сланцевих пластах була пробурена в США ще в 1821 році. Ініціаторами масштабного виробництва сланцевого газу в США є Джордж П. Мітчелл і Том Л. Уорд.

Україна, будучи найбільшим імпортером російського природного газу і власником значних родовищ сланцевого газу, розраховує, що до 2020 р. зможе задовольнити до 10% своїх потреб у газі за рахунок альтернативного палива,

одним з яких може стати і сланцевий газ. Так, згідно з даними 2011 року обсяг досліджених і оцінених обсягів сланцевого газу в Україні складає 1,2 трлн. куб. метрів, що ставить Україну на четверте місце в Європі за обсягами резервів цього енергоресурсу після Польщі, Франції та Норвегії. За іншими оцінками, зокрема Міністерства енергетики та вугільної промисловості України, його резерви складають 5 трлн. куб. метрів. Перспективними газоносними районами є Юзівська (Харківська та Донецька області) та Олеська (Львівська та Івано-Франківська області) площі. На лютий 2012 року Державна служба геології та надр України оцінює перспективні запаси традиційного та нетрадиційного газу на Олеській та Юзівській газоносних площах в 12,5 трлн. кубометрів. Більш перспективною з точки зору пошуку та розробки сланцевого газу виглядає Юзівська площа, запаси якої в рази більші, ніж в Олеської. За оцінками Держгеонадр, прогнозні ресурси Олеської площі складають близько 2,5 трлн кубометрів газу, тоді як Юзівської – до 10 трлн кубометрів [2].

Україна також може розраховувати на допомогу Польщі в розробці родовищ сланцевого газу. Через складні відносини з Росією Польща приділяє цьому питанню серйозну увагу. Тому саме вона може допомогти Україні з відповідними технологіями, які вже сама використовує. Якщо ж врахувати американські технології, то важко сказати, чи будуть вони ефективні в Україні. Особливо враховуючи ту значну підтримку, яку одержали розробники сланцевого газу в США і яка, на жаль, малоймовірна в Україні. Зацікавленість у видобутку сланцевого газу на сході України вже висловили як мінімум дві великі іноземні компанії – ТНК-ВР та Shell. Що стосується самої технології видобутку сланцевого газу, тут ключову роль грають три складові: сейсмозв'язка, горизонтальне буріння та гідророзрив пласта. Специфіка видобутку вуглеводнів (як з традиційних, так і з нетрадиційних джерел) така, що основні роботи виконуються не власне нафтогазовими компаніями, а з залученням підрядників – сервісних компаній. Тобто, у різних компаній може бути один підрядник на буріння, який і володіє необхідною технологією. У такому випадку, вже з наступного року варто очікувати появу в Україні найбільших сервісних компаній [3].

Не зважаючи на ряд істотних переваг, сланцевий газ, як енергоресурс, може викликати і заперечення. Викиди вуглецю в атмосферу при його спалюванні є вищими, ніж у звичайного природного газу, а деякі невеликі проекти з його видобутку у Європі вже призупинені через побоювання щодо шкоди для довкілля. Але високі ціни на енергоресурси і політична невизначеність на Близькому Сході може тепер підштовхнути багатьох світових імпортерів до експлуатації цих нових покладів газу.

Значні кроки у напрямку до видобутку сланцевого газу мали б також великі хвильові ефекти на інших енергетичних ринках. Сланцевий газ може також позмагатися з відновлюваними джерелами енергії, які вимагають великих субсидій, і новими проектами будівництва газопроводів та транспортування зрідженого природного газу. Без сумніву, у 2012 році буде ще більше заголовків, що декларуватимуть чергову енергетичну кризу. Однак, довготривалі зміни навряд чи будуть спричинені політичними конфліктами у Північній Африці або проблемами атомної енергетики у Японії. Ефективне поєднання геології і нових технологій могло б допомогти змінити світові енергетичні ринки, зокрема і українські, у найближчі десятиліття.

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.ukrudprom.ua>
2. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.epravda.com.ua>
3. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://www.dt.ua/ECONOMICS/slantseviy_gaz_v_ukrayini_buti_chi_ne_buti-95968.html

К.е.н. Микуляк О.В.

Львівський національний університет імені Івана Франка, Україна

КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ДОГОВІРНИХ ОЩАДНИХ ІНСТИТУТІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Договірними ощадними інститутами серед небанківських фінансових посередників є страхові компанії та недержавні пенсійні фонди, оскільки специфіка їхньої діяльності передбачає довготермінове акумулювання коштів для наступних виплат цільового характеру на користь клієнтів.

Одним із вагомих джерел фінансування економіки та багатьох інвестиційних проектів у промислово розвинених країнах є страхові компанії. Страховики, приймаючи внески фізичних та юридичних осіб, беруть на себе захист їхніх майнових інтересів від настання ймовірних ризиків. Страхові послуги на вітчизняному фінансовому ринку надають 445 страхових компаній, з яких 65 займаються страхуванням життя і 380 – іншими видами страхування (станом на 30.09.2011).

Страховики мають важливе значення на фінансовому ринку, забезпечуючи інвесторам страховий захист від різних видів ризиків. Укладені з інвестором страхові угоди є основою для фінансового забезпечення інвестиційних проектів. Операції страхових компаній мають специфічний характер і суттєво відрізняються від аналогічних продуктів банків та інших фінансово-кредитних установ. Наприклад, активні операції передбачають інвестиції у державні облігації центральних і місцевих органів влади, в облігації та акції приватних корпорацій, іпотеку і нерухомість, а також у борг під поліси. Позики під поліси – це, по суті, кредитування осіб, що застрахувалися в цій фінансовій компанії. Особливістю активних операцій компаній зі страхування життя полягає в тому, що це, головню, довготермінові вклади на п'ять, десять і більше років. Страхові компанії володіють достатніми довготерміновими страховими резервами і є одними з головних постачальників довготермінового капіталу на національних ринках фінансових послуг провідних країн світу.

Серед напрямів інвестування коштів страховиків переважають акції, облігації корпоративного сектора та банківські вклади.

Страхові компанії виконують багато функцій в економіці країни. Однією з найважливіших у сучасних умовах є інвестиційна функція. Вона реалізується завдяки, по-перше, організації руху коштів на ринку капіталу внаслідок об'єднання незначних коштів, що їх сплачує кожен страхувальник за договорами страхування, у величезні за обсягом інвестиційні фонди капіталів, по-друге, спрямуванню страховиками накопичених фінансових коштів у різні види інвестицій і, по-третє, стимулюванню інвестиційної активності шляхом гарантування вітчизняним і зарубіжним інвесторам повернення вкладених коштів та відшкодування не отриманого доходу в разі настанні несприятливих подій, що спричиняють втрату інвестицій.

Пенсійні фонди у західних країнах створюють приватні і державні корпорації, фірми й підприємства для виплат пенсій і допомоги робітникам та службовцям. Кошти цих фондів формують з внесків працівників, підприємств, а також прибутків від інвестицій пенсійних фондів.

Недержавні пенсійні фонди емітують та продають пенсійні зобов'язання навізамін отриманих від фізичних і юридичних осіб пенсійних внесків та вкладають одержані гроші в фінансові інструменти.

В Україні станом на 30.09.2011 зареєстровано 97 недержавних пенсійних фондів, що надають відповідні фінансові послуги, а також 40 адміністраторів НПФ.

Зацікавленість роботодавців в участі у системі недержавного пенсійного забезпечення можна пояснити низкою переваг і можливостей. Одним із стимулів для роботодавців є отримання додаткових фінансово-інвестиційних можливостей: оптимізація витрат на соціальне забезпечення завдяки пільговому оподаткуванню, залучення з пенсійних накопичень довготермінових фінансових ресурсів для реалізації власних інвестиційних програм.

Розмір майбутньої пенсії як найважливіший чинник участі в системі недержавного пенсійного забезпечення за посередництвом НПФ прямо залежить від дохідності вкладень коштів пенсійного фонду компанією з управління активами.

Вагому частку консолідованого портфеля НПФ становлять банківські депозити, облігації, акції національного корпоративного сектора.

Одним з найважливіших напрямів активної діяльності недержавних пенсійних фондів є обов'язковість мінімізації ризиків, пов'язаних з інвестуванням коштів вкладників фондів. Для цього на фондовому ринку повинні перебувати в обігу надійні, захищені від інфляційного впливу фінансові інструменти.

Таким чином, страхові компанії та НПФ можуть багатьма способами розмістити фінансові ресурси, однак переважаючим об'єктом їхнього інвестування є банківські депозити. З огляду на це залучення коштів банків і накопичення страховиків та недержавних пенсійних фондів дає змогу підвищувати рівень капіталізації фінансового ринку. Однак якщо перерозподіл коштів у банківській

системі відбувається з метою отримання доходів, то першопричиною страхової діяльності та діяльності НПФ є запобігання втрати прибутку або захист матеріальних і нематеріальних цінностей, тобто діяльність цих фінансових установ спрямована на створення сприятливих умов для суспільного відтворення. Відповідно договірні ощадні інститути користуються перевагами у довготерміновому залученні коштів, порівняно з іншими фінансовими посередниками, оскільки спеціалізуються на збереженні і вкладенні коштів, володіють необхідною аналітичною інформацією, а також чисельно і за вартісними показниками є конкурентоспроможними на національному ринку фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. Гроші та кредит: навч. посібник / за ред. д-ра екон. наук, проф. М. І. Крупки. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка? 2010. – 408 с.
2. Закон України “Про недержавне пенсійне забезпечення” від 09.07.2003 р. № 1057–IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua>
3. Закон України “Про страхування” від 07.03.1996 р. № 85/96–ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua>
4. Панасенко Г. Особливості взаємодії фінансових посередників на шляху поліпшення інвестиційних процесів в Україні та ключові фактори успіху / Г. Панасенко // Вісник НБУ. – 2010. – № 5. – С. 16–22.

Д.е.н. Мних О.Б., Іванова Д.О.

Національний університет «Львівська політехніка», Україна

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНКУРЕНТНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Забезпечення стійкої тенденції до зниження витрат виробничих ресурсів є однією із важливих довгострокових конкурентних переваг промислового підприємства, особливо при домінуванні матеріальних витрат в загальній сумі операційних витрат. Така політика базується на вмілому поєднанні операційного і маркетингового важелів, коли ефекти масштаби виробництва доповнюються додатковими можливостями розширення асортиментного ряду виготовлюваної

конкурентоспроможної продукції чи пропонованих послуг без зміни діючих технологій. Подібні ситуації особливо яскраво проявляються в часи стагнації економіки і загострення конкуренції між вітчизняними та іноземними фірмами, при зростанні зовнішніх витрат виробництва, як наслідків високих темпів збільшення цін на енергетичні ресурси і металопродукцію, при зміні мінімального рівня заробітної плати і посиленні впливу регулятивних заходів, які стосуються охорони навколишнього середовища, впровадження нових технічних стандартів в автомобілебудуванні тощо. Чим більша економія ресурсів на забезпечення випуску конкурентоспроможної продукції, тим вищою буде фінансова автономія виробників. Потреба в додаткових матеріальних ресурсах, як показує вітчизняна практика, часто супроводжується залученням додаткових кредитних ресурсів, внаслідок чого зростає питома вага умовно-постійних витрат підприємства і погіршується структура маржинального доходу. Це звужує простір маневреності в системі менеджменту і, відповідно, знижує вірогідність прийняття раціонального рішення, а також погіршує критерії, які впливають на інвестиційну привабливість товаровиробника для іноземних інвесторів.

Незважаючи на те, що політика держави спрямована на зниження ресурсо- та енергоємності, ресурсоемність вітчизняної продукції у 3–4 рази перевищує аналогічні показники розвинених країн світу. Проблема подальшого зниження ресурсо- та енергоємності ВВП країни полягає у тому, що на відповідних рівнях не створено дієвих управлінських механізмів впровадження ресурсозберігаючих заходів, зокрема, відсутній повноцінно функціонуючий ринок ресурсозберігаючої продукції, який би забезпечував ефективне включення ресурсозберігаючих послуг та продукції у товарно-грошові відносини. Розвиток такого ринку у національній економіці на даний час відбувається хаотично – як результат, гальмуються процеси ресурсозбереження, їх ефективність набагато нижча, аніж у розвинених країнах.

Важливість ресурсозбереження підтверджується Законом України "Про енергозбереження" від 01.07.1994 р. № 74/94-ВР, Законом України "Про відходи" 05.03.1998 р. № 187/98-ВР, комплексною державною програмою енергозбереження України.

Для того щоб на підприємстві здійснювати управління ресурсозбереженням, необхідно створити відповідну систему, яка в майбутньому вирішить задачі, пов'язані з подоланням невизначеності шляхів і результатів ресурсозбереження. В основі такої системи підсистеми – грошові або фінансові ресурси відіграють основну роль для розвитку і підтримки діяльності підприємства. Конкретизуючим в даному випадку виступає фактор інвестиційного ресурсу. Дотримання ресурсозбереження – важлива характеристика якості техніки і технології. Техніка вважається ресурсозберігаючою, якщо вона вимагає менше витрат ресурсів на виготовлення та експлуатацію. Ресурсозберігаючою технологією називають технологію маловідходну або безвідходну. Необхідність ресурсозбереження викликана дефіцитом багатьох видів ресурсів, виснаженням їх запасів в природі, значним подорожчанням видобутку та іншими факторами.

Розглянемо детальніше стан вирішення проблеми ресурсозбереження на рівні держави, в даному випадку ми можемо порівняти розвиток ресурсозберігаючих технологій в нашій країні та окремих зарубіжних країн.

Дефіцит матеріальних та енергетичних ресурсів обумовив спад промислового виробництва в Україні, який особливо відчутний в 2008–2011 роках. Індекс промислового виробництва становив: в 2008 році – 96,9%, а в 2009 – 78,1%. Це був кризовий період для країни, проте в 2010 та 2011 роках індекс становив відповідно 111,2% та 107,3% [1]. Ця динаміка вказує, що, не дивлячись на стабілізацію економіки, показники поступово погіршуються, а отже слід змінювати відношення до виробництва та ресурсів в цілому. Падіння виробництва непродуктивних товарів спричинене власне недостатнім забезпеченням промисловості тими чи іншими ресурсами. Через відсутність коштів на якісне відтворення всього виробничого потенціалу країни невпинно зростає частка зношених основних фондів, екологічно небезпечних об'єктів, знижується частка конкурентоспроможної промислової продукції, середня тривалість життя населення і т. д.

Для рівня країни (регіону) стратегія ресурсозбереження має розроблятися на тривалу перспективу, наприклад, у США діє програма ресурсозбереження на 40 років [5]. Отже, система державного регулювання і підтримки розвитку під-

приємств на сучасному етапі повинна містити в собі такі основні підсистеми: правового забезпечення, фінансово-кредитної підтримки, інфраструктурного, маркетингового, логістичного й інформаційного забезпечення, страхування від надзвичайних подій і стихійних лих.

Головною рисою ресурсозберігаючої діяльності підприємства на сьогодні повинна бути орієнтація на проведення комплексу заходів, які швидко реалізуються, охоплюють різні сторони його діяльності та дозволяють досягти максимального ефекту економії. Взаємодія держави і підприємств (10 липня 2010 р. був прийнятий ЗУ «Про державно-приватне партнерство») передбачає використання різного інструментарію: фінансування, податкової політики, регулювання соціального страхування та забезпечення, створення інформаційної та правової інфраструктури. Додатковий суспільний ефект в даному контексті можна отримати завдяки використанню досвіду окремих зарубіжних країн щодо початкової професійної підготовки молоді. В цьому напрямі державні органи передусім повинні стимулювати підприємства за допомогою прямого фінансування внутрішньо фірмових систем навчання. Так, наприклад, за наймання та навчання молоді 16–18 років, яка ще не має повної середньої освіти, державні органи Великобританії, Італії, Швеції покривають до 80% витрат підприємств. Необхідність постійної перепідготовки персоналу висунула практично в усіх країнах з ринковою економікою вимогу створення системи спеціальних підрозділів фірм (навчальні центри та курси, відділи кадрової політики тощо). Систему професійної підготовки робітників мають 80% підприємств Японії. Витрати американських компаній на перепідготовку та підвищення кваліфікації персоналу становлять до 5% прибутку, не враховуючи державних дотацій, що дозволяє покращувати якість трудових ресурсів та позитивно впливає на продуктивність виробництва. В цьому контексті можна також виділити підсистеми наукового забезпечення, екологічної і економічної освіти та підвищення кваліфікації, які потрібно активно розвивати підприємницьким структурам в Україні та запозичувати позитивний досвід провідних зарубіжних країн [2].

Нині суспільству необхідно переорієнтуватися на нові умови господарювання, коли інтелектуальні ресурси мають розглядатися як головний чинник економічного розвитку. Тоді ефективне використання керівництвом інтелектуальних ресурсів має забезпечувати зростання ринкової вартості підприємства, його капіталізації та впливатиме на конкурентні переваги на ринку.

Важливе значення в системі управління ресурсозбереженням належить раціональному і ефективному плануванню та управлінню фінансовими ресурсами, оптимізації зовнішніх джерел фінансування. Це вимагає посилення контролю за цільовим використанням коштів, в тому числі на маркетинг і логістику, адже зміна географії збуту продукції та інтенсивності матеріальних потоків та векторів їхнього руху відображається на динаміці маркетингових і логістичних витрат. Рух фінансових ресурсів підприємств (прибутку, амортизаційних відрахувань тощо) здійснюється у формі грошових потоків. Таким чином, діяльність підприємства супроводжується безперервним рухом грошових ресурсів, які спочатку надходять на рахунки (до каси) підприємства, формуючи його фінансові ресурси, а потім витрачаються за певними напрямками. До основних джерел фінансування відтворення основного капіталу належать власні, позикові та залучені кошти.

У зв'язку з переходом до інтенсивного ресурсозберігаючого типу економічного зростання, заснованого на використанні досягнень НТП, зниженні фондомісткості та матеріаломісткості продукції, підвищенні продуктивності праці, поліпшенні техніко-економічних показників та якості продукції, зростають можливості ресурсозбереження. Науково-технічний прогрес – це безперервний процес відкриття нових знань і застосування їх у суспільному виробництві, що дозволяє по-новому поєднувати і комбінувати наявні ресурси в інтересах збільшення випуску високоякісних кінцевих продуктів при найменших затратах.

У широкому розумінні на будь-якому рівні – від фірми до національної економіки – під науково-технічним прогресом мається на увазі створення та впровадження нової техніки, технології, матеріалів, використання нових видів енергії, а також поява раніше невідомих методів організації та управління

виробництвом. Впровадження нової техніки і технології – це досить складний і суперечливий процес. Прийнято вважати, що вдосконалення технічних засобів знижує трудовитрати, частку праці у вартості одиниці продукції. Проте в даний час технічний прогрес "дорожчає", призводить до зростання капітальних затрат, продовження періоду окупності інноваційно-інвестиційних проєктів, так як вимагає створення і застосування все більш дорогих верстатів, ліній, роботів, засобів комп'ютерного управління; підвищених витрат на екологічний захист. Все це відображається на збільшенні частки витрат на амортизацію та обслуговування застосовуваних основних фондів у собівартості продукції. Тим не менше конкурентоспроможність підприємства, його здатність утриматися на ринку товарів і послуг залежить, в першу чергу, від сприйнятливості виробників товарів до новинок техніки і технології, що дозволяє забезпечити випуск і реалізацію високоякісних товарів при найбільш ефективному використанні матеріальних ресурсів при активізації інноваційної діяльності.

Важливим чинником соціально-економічного розвитку територіальних та локальних утворень є також і природні ресурси, особливо в аграрних регіонах. І від того, наскільки збалансованим є їх господарське освоєння та гнучкою система регулювання залучення у відтворювальний процес, залежить фіскальний ефект для бюджетів різного рівня [3].

Поряд із соціально-економічними й екологічними аспектами, вітчизняними дослідниками виділяються техніко-технологічні аспекти. Дійсно, удосконалення й кардинальне оновлення технологій має бути поставлене на чільне місце ефективного розвитку підприємницької діяльності.

Проведене дослідження показало, що раціональне ресурсоспоживання й ресурсозбереження є проблемою комплексною й багатоплановою. У майбутньому для більшості підприємств назріла необхідність впровадження в практику маркетингу товару третього рівня, що уможлиблює доступ до ширшого асортименту фінансово-кредитних, інформаційних, логістичних та післяпродажних послуг товаровиробника в процесу просування власної спеціалізованої продукції. В залежності від того, наскільки ефективно та раціонально здійснюється по-

літика ресурсозбереження на підприємствах, залежить розвиток як окремих підприємств, підвищення якості природокористування в розрізі економічної ефективності, так і його ділових партнерів і збереження національного багатства країни в цілому.

В умовах розвитку конкурентної економіки знань особливо важливу роль має ідентифікація учасників комерціалізації інноваційних технологій та їх диференціації в залежності від можливостей доступу до різних ресурсів, в тому числі, інформаційних, ступеня новаторства, базових компетенцій, спеціальних знань тощо. Такий підхід істотно розширює теоретично-методичні аспекти дослідження проблеми ресурсозбереження на різних стадіях життєвого циклу галузі, підприємства, окремого інноваційного проекту і товару.

Список використаних джерел:

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. Городянська Л.В. Облік відтворюваних економічних ресурсів на підприємстві / Л.В. Городянська // Фінанси України. – 2007. – № 7 – С. 113–121.
3. Черчик Л.М. Регіональні проблеми природокористування / Л.М. Черчик // Регіональна економіка. – 2007. – № 4 – С. 107–117.
4. Сотник І.М. Управління розвитком ринку ресурсозбереження в Україні: проблеми і перспективи / І.М. Сотник, Ю.О. Мазін // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 4. – С. 3–8.
5. Радчук І.М. Сутність поняття «ресурсозбереження» та шляхи його впровадження на підприємстві / І.М. Радчук // Вестник ХНТУ. – 2009. – № 3(36). – С. 93–96.

К.э.н. Божко Л.М.

Тверской государственный университет, Российская Федерация

**ОБЩИЕ ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ
ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ**

Функция управления организационными изменениями – это вид управленческой деятельности по отношению к организационным изменениям, представляющий собой комплекс взаимосвязанных воздействий на процесс и (или) объект организационных изменений. В литературе принято классифицировать функции управления на общие и специальные. Общие функции управления организационными изменениями раскрывают процесс управления в целом, т.е. управляемым объектом здесь являются сами процессы организационных изменений. При использовании маркетингового подхода к управлению изменениями маркетинговое управление распространяется на весь процесс изменений (как, впрочем, и на все предприятие как систему). В управлении организационными изменениями маркетинг выполняет стандартный перечень общих функций управления – планирование, организация, мотивация и контроль, но содержание этих функций имеет особенности. Собственно, в этих особенностях состоит не просто участие маркетинга, а реализуется его предназначение в управлении организационными изменениями. Но не стоит забывать, что общие функции управления носят универсальный характер.

Общие функции маркетинга в управлении преобразованиями:

1. Планирование организационных изменений – это процесс проектирования желаемого будущего состояния предприятия и разработка эффективных направлений и мероприятий по организационным изменениям для достижения их целей. Главные задачи планирования организационных изменений – формулирование основных целей их проведения, определение направлений, методов,

сроков осуществления изменений и оценка конечных результатов в виде достижения практических целей и развития организационных способностей (сокращения сроков внедрения новых продуктов и т. д.). Речь идет о маркетинго-ориентированном планировании организационных изменений.

2. Организация изменений – это процесс проектирования и совершенствования систем и методов управления организационными изменениями. Функция организации реализуется, во-первых, в построении организационной структуры управления (в создании адекватной рыночным условиям организационной структуры предприятия как первоочередной задачи организационных изменений, т.е. их отдельного направления или в формировании необходимой для успешных изменений организационной структуры управления); во-вторых, в формировании эффективных организационных коммуникаций (для содействия изменениям или в качестве самостоятельной задачи). Кроме того, отдельного внимания заслуживает организация маркетинговой деятельности в поддержку изменений.

Организация организационных изменений должна быть представлена передовыми научными методами и прикладными технологиями проведения изменений. Одним из эффективных средств для выполнения этой функции является бенчмаркинг.

3. Мотивация в процессе управления организационными изменениями – это процесс побуждения сотрудников к инициации и успешной реализации организационных изменений с помощью внутриличностных и внешних факторов. Связь маркетинга и управления персоналом является одной из новых и мало изученных проблем в теории маркетинга и управления персоналом. В литературе маркетинговая ориентация по отношению к сотрудникам самого предприятия рассматривается в рамках концепции внутреннего маркетинга.

4. Маркетинговый контроль организационных изменений – это отслеживание адекватности (своевременности) целей изменений на каждом этапе их проведения, выявление согласованности выполняемых мероприятий и целей, оценка эффективности достигнутых результатов изменений. Оценивается эффективность управления организационными изменениями как маркетинговой деятельности.

Все функции управления организационными изменениями (в данном случае – на основе маркетингового подхода) взаимосвязаны и представляют собой единый процесс, направленный на достижение целей организационных изменений. От качества выполнения этих функций зависят и цель, и результат организационных изменений.

На механизм реализации функций управления организационными изменениями влияют особенности предприятия и характер изменений (революционные или эволюционные, системные или локальные). Функции управления организационными изменениями следует оптимизировать по мере протекания процессов изменений.

К.е.н. Гейко Л.М., Бойко О.С.

Одеський національний економічний університет, Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах господарювання одним з важливих чинників стабільного ефективного функціонування українських підприємств є успішне здійснення інноваційної діяльності, яка дозволяє значною мірою забезпечити їх конкурентоспроможність. Проте, як свідчать результати досліджень, впровадження різного роду нововведень на вітчизняних підприємствах, як правило, здійснюється час від часу, а не на постійній основі. Це свідчить про низьку інноваційну активність підприємств в Україні. Кількість підприємств, що впроваджують інновації, зменшується з кожним роком і становить зараз 12–14%, що менше в 3–4 рази, ніж в інноваційно розвинутих економіках [1]. Більшість промислових підприємств середнього та великого бізнесу взагалі не впроваджували і не мають на меті в подальшому реалізовувати інноваційні проекти. Однією з причин цього є відсутність належного досвіду в управлінні нововведеннями і ефективного організаційно-економічного механізму управління інноваційною

діяльністю. Таким чином, необхідною умовою успішного господарювання є формування і використання цілісного організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю, який передбачав би чітку впорядкованість його елементів і ефективність їх взаємодії.

Дослідженню проблем інноваційного розвитку підприємств присвячені роботи українських і російських учених Ансоффа Н., Дуровіча А., Акімова І., Віханського О., Маркової А., Куцнецової А., Крилова І., Соколової М. та ін. В них розглядаються теоретичні і практичні аспекти інноваційних процесів, велика увага приділяється організації впровадження науково-технічних досягнень з урахуванням особливостей сучасних інновацій. Проте питання формування ефективного організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств досліджені недостатньо всебічно, без урахування комплексного підходу.

Під організаційно-економічним механізмом управління інноваціями слід розуміти єдину систему забезпечення взаємозв'язаної діяльності функціональних підрозділів інноваційного проекту в рамках встановленої організаційної структури управління, ефективного планування інноваційної програми і оптимальний розподіл ресурсів відповідно до обраного критерію оптимальності.

Такий підхід до визначення поняття обумовлює вимоги, що пред'являються до організаційно-економічного механізму управління інноваціями:

- забезпечення високої міри сприйнятливості виробництва до новацій;
- створення конкурентоздатної продукції;
- досягнення високого для даної галузі рівня рентабельності;
- відповідність ринковій системі організації економіки.

Ефективне ведення інноваційної діяльності може бути здійснене лише при вирішенні проблеми організаційного забезпечення інноваційного розвитку. В основі такого організаційного забезпечення може бути покладена концепція організаційних платформ, що реалізують ідею самоорганізації окремих компонент підприємства.

Розвитку інноваційної діяльності українських підприємств перешкоджають фінансові чинники, що, насамперед, пов'язано з браком коштів. Відсутніми є механізми залучення венчурного капіталу, залучення заощаджень населення для інноваційної діяльності, не розроблені механізми страхування інноваційних ризиків. Вкрай низькою є частка фінансування з держбюджету. Аналіз структури витрат фінансування технологічних інновацій підприємствами свідчить, що найбільшу частку цих витрат складають саме власні кошти підприємств. Однак, їх не вистачає і якість інноваційного процесу погіршується.

Стримує інновації відсутність можливості кооперування між підприємствами і науковими організаціями. Цей фактор впливає, по-перше, з браку інформації про нові технології та про ринки збуту, і, по-друге, з неготовності підприємств до нововведень, що свідчить про нерозвиненість самого ринку інновацій в країні та її регіонах. Про більшість наявних для комерціалізації нововведень споживач не знає, і відповідно, не може сформулювати попит. Одночасно розробник інноваційного продукту відчуває несприйнятливність підприємств до нововведень, зумовлене заниженою інноваційною культурою українського суспільства.

При розробці практичних методів, що забезпечують інноваційний розвиток підприємства, з'являється ще одна проблема: системна діагностика підприємства, що здійснює інноваційну діяльність. Системна діагностика підприємства має бути направлена на вивчення наступних властивостей: фінансового моніторингу підприємства, що сигналізує про потребу в інноваціях і їх вид; структурних особливостей підприємства; прогнозування результатів інновацій для даного підприємства.

При розбудові інноваційної інфраструктури головна увага має приділятися створенню в регіонах організаційних структур із впровадження у виробництво нових технологій та інноваційної продукції. В свою чергу створення і функціонування розвиненої інноваційної інфраструктури в регіонах вимагає посилення правового поля, розробки та затвердження регіональної стратегії розвитку наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності.

Таким чином, формування організаційно-економічного механізму управління інноваційною діяльністю буде сприяти вирішенню однієї з найважливіших проблем сучасного господарювання – підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

Список використаних джерел:

1. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010–2020 роки в умовах глобалізаційних викликів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pir.dp.ua/uploads/StrategizInnovRazvitiyaUkr.doc>
2. Савчук А.В. Организационно-экономический механизм инновационного развития крупной компании: монография / А.В. Савчук. – Донецк: ДонНТУ, 2004. – 404 с.

К.т.н. Котлик С.В., Калугина В.А.

Одесская национальная академия пищевых технологий, Украина

НЕКОТОРЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ

Как показали различные исследования, невзирая на возобновление экономической активности, компании всего мира прогнозируют последующее осложнение условий ведения деятельности в ближайшей перспективе. Это связано и с увеличением рисков предпринимательской деятельности, и с проблемами в финансовой системе многих развитых стран. Одним из способов решения данной проблемы многие считают внедрение инновационных разработок в производственном оборудовании и технологиях, дающих возможность производителю увеличить производительность, улучшить качество выпускаемой продукции, расширить рынки сбыта и увеличить конкурентоспособность продукта [1].

Сегодня украинские предприятия, в частности, пищевые, четко ориентированы на потребительские предпочтения, и, чтобы не потерять или завоевать долю рынка, находятся в постоянном поиске, отслеживая инновационные разработки мировых производителей, проецируя их на украинские реалии и свои потребности.

В отличие от других отраслей промышленности украинский аграрно-промышленный комплекс (АПК) обладает одним из самых больших в мире источником сырья в виде сельскохозяйственных угодий площадью 41,4 млн. га. Пи-

ща, особенно высококачественная, относится к товарам, пользующимся постоянным и расширяющимся спросом как на внутреннем, так и внешнем рынках. Поэтому, после решения на законодательном уровне проблемы купли-продажи земли сельскохозяйственного назначения с учетом интересов национальных производителей и структурно-инновационного перехода отрасли на выпуск конкурентоспособной продукции, Украина на мировом рынке может стать одним из ведущих производителей не только зерна, но и продовольственных товаров с высокой добавленной стоимостью.

В Украине пищевые продукты на промышленной основе вырабатывают более 22 тыс. предприятий, которые представляют 25 отраслей и подотраслей, на которых работает около 1 млн. человек [2]. В состав пищевой индустрии входят пищевкусовая, мясная, молочная и рыбная отрасли. Отдельная группа – мукомольно-крупяная и комбикормовая промышленность.

Продовольственные товары составляют ~ 60% расходов населения Украины, что обеспечивает их устойчивый спрос на внутреннем рынке. Внешнеторговый объем основных видов продукции пищевой промышленности и переработки сельскохозяйственной продукции в 2007 г. достиг 7,7 млрд. долл. США [3]. Наибольшие потребители пищевой продукции при экспортных поставках – Россия, Белоруссия, Казахстан. Среди стран Западной Европы первые места занимают Италия и Германия.

В [4] приведены данные по индексации производства основных видов пищевой продукции в Украине, которые показывают, что произошло падение на 62% индекса объема продукции по сахару, выявляется тенденция к спаду объемов выпуска производства хлеба и хлебобулочных изделий, а так же макаронных изделий. Эти тревожные симптомы свидетельствуют, что необходимо технологически перестроить пищевую отрасль, внедряя инновационные технологии и оборудование.

Известно, что основные фонды украинских предприятий (и не только в пищевой промышленности) изношены на 60–70%, а некоторые и на 80%. По данным Госкомстата, сумма инвестиций в пищевую промышленность за 2003 г. составила 136 млн.долл. США, а общая сумма инвестиций на период 2007 г.

составила 1564 млн. долл. [1]. Таким образом, если принять 2003 г. за основу, на одно из 22000 предприятий пищевой промышленности в среднем ежегодно приходилось инвестиций в объеме 6182 долл. США. При этом большинство инвестиций из суммы в 1564 млн. долл. на период 2007 г. пришлось на производство ликероводочной, спиртовой и пивоваренной продукции. Например, за период с 1992 по 2004 гг. только на пивоваренную отрасль пришлось 30% инвестиций.

Финансирование НИОКР предприятиями пищевой промышленности составляло 0,2–0,4% от оборота в целом, что на порядок ниже, чем в промышленно развитых странах. Предприятий, занимающихся НИОКР и выпуском инновационной продукции, на период 2005 г. было всего 227 единиц или менее 1% от их общей численности. При этом объем инновационной продукции составлял: 50–70% – у 32 предприятий; 20–25% – у 59 предприятий, а на остальных 1–10%. Экспортом инновационной продукции занимались ~ 50 предприятий или 0,23% от общего количества предприятий в пищевой промышленности. Из госбюджета на финансирование инноваций в пищевой промышленности выделялось 0,2% от общего объема средств на всю промышленность в целом, или 1,8 млн. грн. При этом минимальный объем инноваций только для финансирования важнейших проблем с целью возрождения научного потенциала пищевой промышленности составляет ~ 7 млн. грн. [1].

Для пищевой промышленности Украины проблема с отнесением технологии или вида пищи к инновационным осложняется отсутствием в таких объектах каких-либо охранных документов (патенты, свидетельства, лицензии от владельцев интеллектуальной промышленной собственности (ИПС)). Это явление обусловлено следующими обстоятельствами: в пищевой промышленности технологии как новые, так и многие «старые» являются «секретами производства» (ноу-хау), которые патентовать невыгодно, так как патентовладелец не может проконтролировать своих конкурентов по использованию ими запатентованного им ноу-хау (технологии); в Украине ИПС и в том числе ноу-хау предприятий не оценена (не капитализирована) в условиях рыночной эконо-

мике и не поставлена на баланс предприятий в виде нематериального актива; в Украине, как и других странах СНГ, не сформирован рынок ИПС, поэтому даже имеющиеся патенты не стали товаром и объектом купли-продажи.

Однако, анализ даже опубликованных внедрений новых продуктов (технологий, машин, материалов, рецептов приготовления пищи) позволяет прийти к следующим выводам.

Низкая инновационная активность предприятий обусловлена отсутствием существенных инвестиций в техническую и технологическую модернизацию, за исключением производства крепких напитков и пива, а так же отсутствием:

- налоговых льгот для предприятий, выпускающих инновационную продукцию;
- капитализации имеющейся интеллектуальной промышленной собственности предприятий в виде технологических секретов производства;
- проведения независимого оценивания в рыночных условиях патентов на изобретения от национальных заявителей в области производства пищевых продуктов с целью выбора наиболее эффективных технических решений и возможности их вовлечения в хозяйственный оборот предприятий.

Для расширения экспорта продовольственных товаров в страны Западной Европы необходимо привлечение инвестиций в техническое и технологическое обновление украинских предприятий для того, чтобы их продукция удовлетворяла требованиям 12 международным стандартам ISO на технологии, гигиену и безопасность пищи, 14 стандартам на ее проверку и анализ, а также стандартам качества на каждый вид продукции, предлагаемый к экспорту.

Список использованных источников:

1. Котлик С.В. Формирование инновационного процесса в машиностроении и пищевой промышленности / С.В. Котлик, С.В. Малых. – О.: Астропринт, 2010. –280 с.
2. Стратегическое направление развития экономики // Пищевая и перерабатывающая промышленность. – К., 2003. – № 7. – С. 5.
3. Сандул О. Экономическая стратегия отрасли / О. Сандул // Пищевая и перерабатывающая промышленность. – 2009. – № 1. – С. 4–5
4. Силатьева Н. Инновационная активность предприятий / Н. Силатьева, Л. Мариниченко // Пищевая и обрабатывающая промышленность. – 2007. – № 7. – С. 4–6.

К.э.н. Могилевская О.Ю.

«Международный университет», г. Киев, Украина

КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Необходимым условием конкурентоспособности и финансовой стабильности предприятия является наличие у него научно-обоснованной маркетинговой стратегии. Разработка маркетинговой стратегии является достаточно сложной задачей, в связи с тем, что для большей части исходных данных, необходимых для её решения, характерна высокая степень неопределенности. Оценка прогноза изменений параметров потребительского рынка, длительности жизненного цикла продукции предприятия, вероятности морального старения продукции из-за появления новых технологий и т.д. требует весьма серьезных аналитических исследований и значительных финансовых ресурсов. Вопрос об эффективности маркетинговых исследований, рано или поздно, возникает у руководства любого предприятия. Особенно остро этот вопрос встает перед руководством крупных промышленных предприятий, работающих в сфере высоких технологий. Специфика маркетинговых стратегий таких предприятий состоит в масштабности и высокой стоимости научно-исследовательских работ, предшествующих формированию стратегии. Маркетинговая стратегия должна простираться на долгосрочный период, учитывать различные варианты сценариев развития предприятия и рынка, быть неразрывно связанной с инновационной политикой предприятия и предусматривать возможность корректировки планов в зависимости от темпов реализации инновационных проектов.

При таком комплексном подходе к формированию маркетинговой стратегии на крупных высокотехнологичных промышленных предприятиях актуальными становятся исследования приоритетов маркетинговой инновационной политики.

Актуальность данной темы определяется тем, что именно разработка и внедрение маркетинговых инноваций в рыночных условиях – это наиболее эффективный способ повышения конкурентоспособности. Товары создающие полезность, позволяют покупателю удовлетворить свои потребности. Существует четыре типа базовых полезностей, задающих коммерческий тон во взаимоотношениях между производителями и покупателями продуктов: форма, время, место и владение. Полезность формы создают производственные службы предприятия, преобразуя сырье и материалы в готовую продукцию. Полезности времени, места и владения создает служба маркетинга, используя маркетинговый инструментарий.

Инструментами для создания полезностей на предприятиях выступают процессы разработки инновационных проектов, их трансформация в бизнес-планы, непосредственное производство и поиск рынков сбыта. Инновационный маркетинг позволяет предприятию успешно решать такую задачу, как создание широкой базы лояльных покупателей, поддержка высокого уровня удовлетворенности их потребностей за счет предложения более уникальных продуктов и услуг в отличие от своих конкурентов.

Необходимо отметить, что риски, связанные с разработкой и внедрением инноваций, достаточно велики. Поэтому маркетологам совместно с другими службами предприятия необходимо постоянно искать пути снижения издержек, связанных с продуктами, не воспринятыми рынком. Неудачный выбор инновации всегда дорого обходится предприятию. Соотношение стоимости и полезности инноваций в экономическом смысле идентифицируются во взаимосвязанном анализе качества и количества: производимых продуктов; выполняемых работ; изменения издержек производства и реализации продукции; изменения объема продаж, доли на рынке, прибыли и других показателей конкурентоспособности в рамках существующего спроса.

Постоянное изменение внешней среды стало атрибутом жизнедеятельности современных промышленных предприятий. В зависимости от того, насколько успешны поиски предприятий новых путей и средств завоевания и удержания потребителей, зависит их будущее.

Многие традиционные методы оценки инновационных проектов широко применяются в финансовой практике, например, метод окупаемости капиталовложений, но его существенный недостаток – игнорирование будущей стоимости денег с учетом дохода будущего периода. Для реалий украинской экономики (инфляция, резкие колебания ставки процента и низкая норма внутренних накоплений) этот метод недостаточно точен. Также существует коэффициент эффективности инвестиций, понимаемый как средний показатель прибыльности за весь период осуществления проекта. Данный показатель сравнивается с коэффициентом рентабельности авансированного капитала. Расчёты маркетинговых показателей эффективности инновационных проектов проводят для того, чтобы выяснить, насколько оправданны не только капиталовложения, но и интеллектуальные затраты в разрабатываемые проекты. В табл. 1 приведен ряд критериев оценки эффективности маркетинговых инноваций.

Таблица 1. Критерии оценки эффективности маркетинговых инноваций

Показатель	Характеристика показателя
Показатель И. Ансоффа	Показатель качества инновации
Показатель Ольсена	Значимость инновации
Показатель Харта	Возврат капитала
Показатель Виллера	Индекс проекта инновации
Показатель Дисмана	Оправданные максимальные капвложения
Показатель Дина Сенгупта	Приведенная мера возможности выполнения результативных маркетинговых исследований на выбранном рыночном сегменте

Маркетинговая инновационная деятельность в современных условиях становится ядром корпоративных конкурентных стратегий. Маркетинговые инновации направлены на более полное удовлетворение нужд потребителей, открытие новых рынков сбыта с целью повышения объемов продаж. В рыночных условиях непрерывное внедрение инноваций – единственный способ поддержания высоких темпов развития предприятий и их торговых марок.

Фролов А.В.

*Северо-Кавказский государственный технический университет, г. Ставрополь,
Российская Федерация*

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНА

Инновационная активность – показатель, определяющий количество нововведений, новизна которых определяется качественными характеристиками. Степень инновационной активности определяется развитостью и диверсифицированностью общественных потребностей, отраслевой структурой экономики, наличием соответствующей производственной, научной, информационной инфраструктуры, качеством и мотивацией рабочей силы. Стимулирование инноваций является сегодня ключевой задачей для экономики и общества.

Большинство ученых под инновационной активностью понимает созидательную деятельность производителей товара или услуги, выраженную в достижении диктуемых спросом приращений новизны технико-технологических, экономических, организационных, управленческих, социальных, психологических и других показателей предлагаемых рынку процессов, товаров или услуг [1].

Факторы, стимулирующие инновационную активность региона, связаны с возникновением новых потребностей и предпочтений, повышением наукоемкости продукции, сокращением жизненного цикла товаров. Выделяются две группы факторов, определяющих инновационную активность: внутренние, направленные на налаживание и управление инновационной деятельностью в регионе, и внешние, способствующие расширению границ инновационной деятельности.

Внутренние факторы – это существенные особенности региона, отличающие его от конкурентов и определяющие его инновационную состоятельность:

- интеграция технологических и организационно-управленческих инноваций;
- высокая производительность;
- управление качеством, инфраструктурой, системным развитием.

Внешние факторы обуславливают взаимодействие региона с экономической и социальной средой:

- использование внешних источников для поддержки всех фаз инновационного процесса: от открытия и разработки до коммерциализации;
- коммуникации с деловыми партнерами, инвесторами, конкурентами, исследовательскими организациями;
- лоббирование интересов в государственных институциональных структурах.

В настоящее время Россия не достаточно активно участвует в мировых инновационных процессах, однако имеющийся в стране интеллектуальный и образовательный потенциал позволяет улучшить сложившуюся ситуацию.

Для российской инновационной сферы до сих пор характерны:

- низкая инновационная активность значительной части предприятий реального сектора экономики;
- отсутствие экономического взаимодействия между отдельными элементами инновационной инфраструктуры и, как следствие, дисбаланс в развитии и неэффективность механизмов использования знаний и новых технологий на внутреннем и мировом рынках;
- неразвитость правовых и экономических механизмов внедрения результатов интеллектуальной деятельности в хозяйственный оборот;
- низкая капитализация научных проектов и, как следствие, недостаточная привлекательность научных организаций и инновационно-активных предприятий.

Уровень инновационной активности в значительной степени зависит от характеристик самих хозяйствующих субъектов, входящих в состав региона. Наиболее высока вероятность инновационной деятельности в крупнейших частных компаниях, вышедших за пределы национального рынка. Внедрение инновационных технологий и бизнес-процессов обеспечивает значительную часть инновационной динамики всей национальной экономики.

Важные меры, которые, могло бы предпринять государство для стимулирования инновационных процессов, это налоговые стимулы для инноваций, усовершенствование законодательства, повышение качества высшего образования и увеличение государственного финансирования НИОКР.

Для решения вышеназванных проблем необходима реализация определенных мер государственной политики, которые могли бы способствовать росту инновационной активности регионов. Среди них:

- совершенствование законодательной базы;
- налоговые стимулы;
- привлечение высококвалифицированных специалистов;
- инвестиции в создание инновационной инфраструктуры;
- инвестиции в венчурные фонды;
- увеличение государственного финансирования НИОКР в университетах, НИИ и других исследовательских организациях;
- защита отечественного рынка от иностранных конкурентов;
- государственная поддержка продвижения продукции на международный рынок [2].

Реализация вышеназванных мер позволит активизировать инновационную деятельность региона и, как следствие, обеспечит его дальнейший экономический рост.

Список использованных источников:

1. Инновационная активность регионов в условиях современной экономики. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции; 28 декабря 2010 г. / под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. Н.В. Ключковой. – Иваново: Научная мысль, 2010. – 172 с.
2. Направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2015 года: утверждена Межведомственной комиссией по научно-инновационной политике (протокол от 15 февраля 2006 г. № 1).

Д.е.н. Шульгіна Л.М. *, Мельничук В.М. **

** Національний технічний університет України, м. Київ;*

*** Київський політехнічний інститут, Україна*

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ УПАКОВКИ ЯК ОСНОВНОГО ПРОДУКТУ ФЛЕКСОГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Зростання вимог до змісту та складових споживчої цінності поліграфічної продукції, а особливо тієї, що призначена для промислового ринку (тобто упаковки та етикетки) потребує більш детального аналізу динаміки її розвитку. З

огляду на те, що сьогодні жодна продукція будь-якої галузі не може бути представлена на ринку без відповідного пакування та маркування, все більшого значення набувають дослідження цінності упаковочних та етикеткових матеріалів для харчової промисловості. Флексографічна галузь (як одна з найбільш важливих складових поліграфії) є досить складною за своєю структурою, а з наукової точки зору – малодослідженою.

Результати аналізу динаміки ринку поліграфічної продукції України за 2009–2011 рр., проведеного дослідною організацією Pira International, демонструють стабільні показники зростання. Зокрема, приріст обсягів виробництва поліграфічної продукції у 2011 р. порівняно з 2010 р. становить 7,3% (для флексографічної – 11,9%), що свідчить про позитивні тенденції розвитку досліджуваної галузі [1].

Варто акцентувати, що зростання місткості ринку упаковки обумовлене передусім нарощенням обсягів виробництва харчової промисловості, оскільки за експертними оцінками сегмент харчової упаковки складає близько 70% всього ринку пакувальних матеріалів. За період з кінця ХХ ст. до початку ХХІ ст. обсяги виробництва деяких харчових продуктів зменшилися, але випуск фасованої продукції у різноманітній упаковці зріс.

Зазначене відбувалося під впливом різноманітних факторів, які за сферою на галузь впливу можна поділити на зовнішні та внутрішні (рис. 1). Під зовнішніми факторами розуміємо всі чинники, які сприяли розвитку вітчизняного ринку упаковки як продукції. Найбільш впливові з них – це зростання обсягів харчової промисловості, розвиток мереж роздрібної торгівлі, збільшення використання упаковки на одиницю товару та світові тенденції еволюції упаковочних галузей, які проектується на стан національного ринку. Між цими факторами існує прямий зв'язок, оскільки кожний з них взаємодоповнює та частково пояснює інший. Внутрішні фактори відображають можливості декількох ланок ланцюга створення цінності упаковки. Вони включають можливості імпорту основних та допоміжних матеріалів для флексодрукового виробництва, наявність виробників матеріалів та флексографічного обладнання, існування кваліфікованих фахівців.

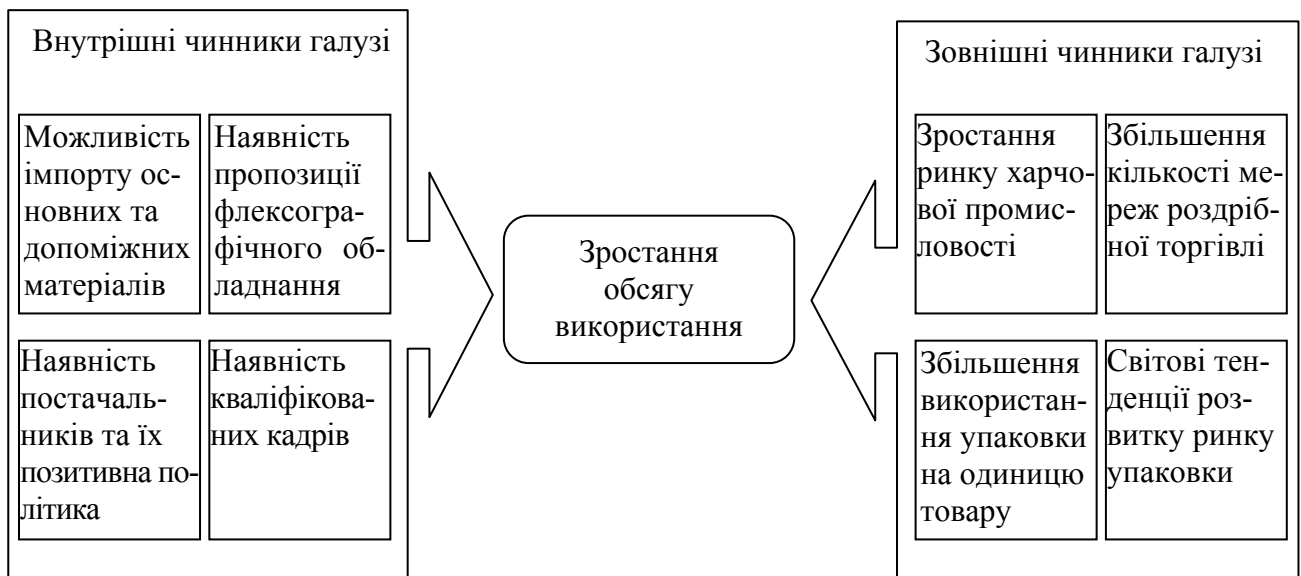


Рис. 1. Фактори впливу на обсяги ринку упаковки в Україні

Серед усіх підгалузей харчової промисловості молочний сегмент є найбільш показовий на предмет вивчення цінності упаковки, що пояснюється рядом факторів. По-перше, саме для молочних продуктів, враховуючи вимоги щодо їх пакування та зберігання, цінність упаковочної продукції є найвищою. По-друге, сегмент молокопродуктів у загальному обсязі виробництва продуктів харчової промисловості займає третє місце (після м'ясної та хлібопекарської галузей) [2], а частка витрат на молочні продукти становить 15% від загальних витрат на харчування [3]. По-третє, з огляду на існування досить насиченого асортименту товарів молочної продукції використовують широкий спектр різних видів упаковочних матеріалів, що дає змогу оцінити цінність упаковки різного походження.

У молочній промисловості вид обраного упаковочного матеріалу безпосередньо впливає на безпеку та терміни придатності упакованої продукції. Молоко та молочні продукти є сприятливим середовищем для зберігання та розвитку багатьох мікроорганізмів та середовищем для розвитку небажаних змін та ведуть до псування продукту. Саме тому упаковочні матеріали для молочної промисловості є особливо важливими. Вимоги до упаковки в цьому сегменті більш жорсткі, ніж у сегментах інших харчових продуктів.

У своїх наукових роботах вчений-технолог О. Гавва [4] наголошує, що основним магістральним напрямом розвитку упаковки у найближчій перспективі буде заміна енергоємних упаковок на більш безпечні та м'які, оскільки останні набули таких характеристик як вища ергономічність, ресурсозаощадливість та менший негативний вплив на навколишнє середовище. За інформацією аналітичної компанії «Nielsen» сьогодні 28% споживачів продовольчих товарів під час купівлі продуктів харчування звертає увагу на використання рециклічної та екологічної упаковки [5].

Цінність гнучкої упаковки продовжує зростати прямо пропорційно її удосконаленню, тобто зі зниженням матеріаломісткості за сталих або вищих показників фізико-механічних та експлуатаційних властивостей. У використанні упаковки помітною є тенденція до зменшення товщини пакувального матеріалу, що досягається за рахунок підвищення показника жорсткості упаковки за збереження її еластичності. Споживачі продуктів харчування (упаковки), висуваючи нові вимоги до якості та екологічності упаковки, перейшли на новий рівень оцінки споживчої цінності упаковки товару. На сьогодні вони пред'являють високі вимоги не тільки до матеріальної споживчої цінності, але й до соціальної її складової.

Список використаних джерел:

1. Ожидаемый рост рынка флексографии: социальная сеть полиграфистов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://printus.com.ua/index.php?option=com_myblog&show=ozhidaemyj-rost-rynka-fleksografii.html&Itemid=479
2. Цар Г.В. Основні тенденції та перспективи розвитку харчової промисловості в Україні [Електронний ресурс] / Г.В. Цар // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20.13. – С. 262–268. – Режим доступу: <http://firearticles.com/economika-promyslovosti/241-osnovn-tendenciyi-ta-perspektivi-rozvitku-harchovoyi-promislovost-v-ukrayin.html>
3. Антонова І.В. Розвиток молочної промисловості в Україні [Електронний ресурс] / І.В. Антонова // Електронне наукове фахове видання Дніпропетровського державного аграрного університету "Ефективна економіка". – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?option=1&iid=428>
4. Гавва О.М. Проектування функціональних елементів технологічних комплексів [Електронний ресурс] / О.М. Гавва // Науковий журнал «Технологічні комплекси». – 2010. – № 2. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/tehkom/2010_2/2_19.pdf
5. Упаковка на продовольственном рынке: исследования Nielsen [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.acnielsen.ru/news.php?news_id=37

К.э.н. Абрамова Е.А., д.э.н. Ильченко А.Н.

Ивановский государственный химико-технологический университет,

Российская Федерация

МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Значение малого предпринимательства в рыночной экономике действительно очень велико. Без малого предпринимательства экономика ни развиваться, ни функционировать не может. Трудно представить эффективно развивающийся регион без широкой сети мелких, гибких экономических образований. Во всем мире основная часть населения занята в малом бизнесе: это и собственники, имеющие свое дело, и наемные работники, для которых малый бизнес открывает новые рабочие места. В структуре экономики развитых стран доля малого и среднего бизнеса весьма значительна: в США – 40–45%, Японии – 52–55%, Германии – почти 90%.

Малый бизнес гибко реагирует на нужды людей, что позволяет насытить рынок товаров и услуг, добиваться их разнообразия. Благодаря совпадению интересов самого предпринимателя и предприятия малое предпринимательство является эффективной отраслью экономики. Предприниматель непосредственно заинтересован в повышении квалификации, в умелом ведении дела. Однако по своей экономической природе малые предприятия находятся в худших конкурентных условиях и нуждаются в государственной поддержке.

Велика социальная значимость малого предпринимательства: создание рабочих мест в малом бизнесе смягчает безработицу, когда крупные предприятия не в состоянии быстро перестроиться и сокращают свой персонал. Создание рабочих мест в малом бизнесе, особенно при государственной поддержке, обходится дешевле: малый бизнес является источником доходов самих предприни-

мателей и наемных работников. Привлечение к труду на малых предприятиях совместителей, надомников, работающих по договорам гражданско-правового характера обеспечивает этим гражданам значительный приработок. Малые предприятия оказывают меньшую нагрузку, меньшее воздействие на экономическую обстановку. Малый бизнес причастен к осуществлению прорыва по ряду направлений научно-технического прогресса.

Развитие малого предпринимательства оказывает положительное влияние на развитие небольших городов, сел. Жители моногородов в своем отношении к малым формам хозяйствования занимают промежуточное положение между горожанами из крупных городов, в большинстве случаев ввиду трудностей в устройстве на работу, приближаясь к сельскому населению. Ключевая роль малых форм хозяйствования на селе – обеспечение населения необходимым продовольствием.

К 2010 г. в Российской Федерации общее количество субъектов малого предпринимательства составило 4457,4 тыс. Наиболее распространенной организационной формой малого предпринимательства являются индивидуальные предприниматели, общее число которых почти 1,5 раза превосходит количество малых предприятий и крестьянских (фермерских) хозяйств [3].

Наиболее перспективной формой малого предпринимательства на сегодняшний день являются малые предприятия, это подтверждает увеличение численности МП за десятилетний период почти в два раза, а так же положительная динамика основных экономических показателей деятельности указанных предприятий.

Самым популярным видом деятельности для индивидуальных предпринимателей и малых предприятий (соответственно 45,2 и 41,1%) остается торговля. На втором месте для ИП – транспорт (12,7%), на третьем – сельское хозяйство (11,5%). Малые предприятия предпочитают операции с недвижимостью (18%) и строительство (12,1%) [4].

Предприниматели, действующие в сфере торговли, общественного питания, сервисных услуг, создают относительно небольшую добавленную стои-

мость, но именно они оказываются наиболее прибыльными; научно-техническая и инновационная деятельность просто убыточна. В развитых странах малый бизнес связан с инновационным процессом. В России и в развивающихся странах залогом конкурентоспособности МП оказывается не сложность, наукоемкость процесса, а его простота (там, где не требуется значительных средств и квалифицированных кадров).

Особую роль в развитии малого предпринимательства играют крестьянские (фермерские) хозяйства. В России сегодня имеется 304,6 тыс. крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, из них 201,6 тыс. – К(Ф)Х (юридические лица). Наибольшая доля К(Ф)Х и индивидуальных предпринимателей приходится на Приволжский федеральный округ (25,4%), на Северо-Кавказский (18,4%) и Южный (18%) округа. Если в начале 2009 г. фермерский сектор располагал 22,7 млн. га сельхозугодий, то в 2010 г. их площадь возросла почти до 30 млн. га, а за последние 10 лет – в 2 раза. Вдвое увеличился и средний размер земельного участка, достигнув 108 га. В результате сбор зерна в К(Ф)Х за этот период увеличился в 4 раза, картофеля – 4,5, овощей – почти в 5 раз. Производство мяса крупного рогатого скота и птицы увеличилось в 2,7 раза, молока – в 2,7 раза. В итоге за 10 лет темпы роста производства в фермерском секторе в 2,6 раза выше, чем по сельскому хозяйству в целом [2].

Нельзя не упомянуть о такой неоднозначной форме сельского малого предпринимательства как личные подсобные хозяйства населения. На сегодняшний день ЛПХ производят 60% картофеля, 95% овощей, 52% мяса и молока, около 57% шерсти в общем объеме валовой продукции сельского хозяйства. Деятельность сельских подворий рассматривается преимущественно как нетоварная – обеспечение семьи основными продуктами питания. Федеральный закон «О личном подсобном хозяйстве» закрепил статус ЛПХ как форму непредпринимательской деятельности, однако это не совсем соответствует действительности. По оценкам ВИАПИ им. А.А. Никонова, 20% ЛПХ, то есть 3,46 млн. хозяйств, регулярно продают свою продукцию на рынке [2]. В то же время мнение, что ЛПХ имеют достаточно средств и возможностей для трансформации в К(Ф)Х и

могут существенно сократить масштабы сельской безработицы, не находят подтверждения на практике.

Не менее интересен анализ регионального аспекта отечественного малого предпринимательства. Рассмотрим тенденции развития МП на примере Ивановского региона (табл. 1, 2).

Таблица 1. Численность субъектов малого предпринимательства в Ивановской области, тыс. ед. [3]

Субъекты	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
ИП	22,3	20,5	19,8	17,1
МП	5,7	3,4	3,8	4,9	5,1	7,4	8,7
К(Ф)Х	0,789	0,762	0,758	0,760	0,759	0,754	0,751

Таблица 2. Основные показатели деятельности малых предприятий Ивановского региона [1]

Показатели	2001	2005	2006	2008	2009
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), чел.	36785	40676	53768	68175	68609
Оборот предприятий, млн. руб.	10223,6	25447,7	63657,1	81096,4	94902,1

Для Ивановской области, как и в целом для РФ характерно стабильное увеличение основных экономических показателей МП, самым многочисленным субъектом малого предпринимательства в регионе является индивидуальное предпринимательство, превышающее численность малых предприятий в два раза. Незрелость деятельности К(Ф)Х в регионе подтверждается их немногочисленностью (около 2% от общей численности малого предпринимательства). Основным видом экономической деятельности малого бизнеса региона является оптовая и розничная торговля (35,6%) [3]. В регионе поступления в бюджет от субъектов малого предпринимательства составляет порядка 15–20%, что приближается к доле МБ в ВРП. Это говорит о практически полном отсутствии государственной поддержки малого бизнеса. Доля инвестиций в основной капитал, как в регионе, так и в целом по России ничтожно мала. Из-за недостатка финансовых ресурсов субъекты малого предпринимательства неспособны обновлять производственные фонды, что сказывается на высокой себестоимости продукции и на ее качестве. Это относится в основном к текстильной промыш-

ленности, где износ основных средств составляет более 70%. Ивановская область является одним из наиболее социально-экономически уязвимым регионом. Масштабный спад производства во всех отраслях экономики, особенно в доминирующей – текстильной, хроническое недофинансирование социальной сферы, рост уровня безработицы (10,8% в 2010 г.) привели к резкому падению жизненного уровня населения области. По отдельным показателям падение жизненного уровня значительно превышает средние цифры по Российской Федерации. Среднедушевые доходы населения области находятся на уровне в два раза ниже, чем в среднем по РФ.

Одним из перспективных направлений развития региона, а также страны в целом является регулирование занятости и минимизация безработицы посредством поддержки малого бизнеса и самозанятости, профессионального обучения и переподготовки кадров.

Правительство Ивановской области разработало долгосрочные целевые программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в городе Иванове на 2010–2012 на 2013–2015 годы, где предлагаются следующие формы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП): предоставление субсидий на частичное покрытия расходов по оплате процентов по кредитам, полученным в кредитных организациях; поддержка выставочно-ярмарочной деятельности СМСП; подготовка и переподготовка кадров для малого и среднего предпринимательства; межрегиональное и международное сотрудничество в сфере малого и среднего бизнеса (организация деловых встреч представителей СМСП города Иваново и других регионов); информационная поддержки; оказание консультационной поддержки, в том числе по юридическим вопросам; возмещение затрат на закупку и ввод в эксплуатацию приборов учета используемых энергетических ресурсов, проведение энергетических обследований; предоставление субсидий СМСП на компенсацию части затрат, связанных с присоединением к энергетическим ресурсам; субсидирование затрат СМСП на создание мест в негосударственных дошкольных организациях и семейных детских садах; имущественная поддержка.

Таким образом, место малого предпринимательства в современной экономике России достаточно сложно и не однозначно. На наш взгляд, сделаны только первые шаги в правовом и организационном обеспечении функционирования малых предприятий в качестве отдельного сектора экономики. При этом действующей системы стимулирования развития малых предприятий пока не существует, как и нет реального механизма их поддержки. Не разработана реально действующая государственная программа развития малых и средних предприятий.

Развитие малого предпринимательства в современный период имеет особое значение. Именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высоких оборотов ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях дестабилизации российской экономики и ограниченности финансовых ресурсов.

Очевидно, что без дальнейшего развития и поддержки малого предпринимательства невозможно достичь оптимально высокой, структурно рациональной, экономически эффективной и социально обоснованной занятости населения и дальнейшего подъема региональной экономики.

Список использованных источников:

1. Ивановская область. Статистический ежегодник. 2010: стат. сб. // Ивановостат. – Иваново, 2010. – С. 487.
2. Крестьянские (фермерские) хозяйства России в 2010 г. (экономический обзор) // АПК: Экономика, управление. – 2011. – № 5 – С. 33–37.
3. Малое и среднее предпринимательство в России, 2010: стат. сб. / Росстат; редкол.: А.Л. Кевеш. – М., 2010. – С. 35.

Базиченко В.В.

Херсонський державний університет, Україна

РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ

Сьогодні будь-яка розвинена країна, одним із найголовніших чинників своєї стабільності та достатку називає збільшення ваги малого підприємництва у національній економіці, частка якого у ВВП складає не менше 70%. Становище

вітчизняного малого та середнього підприємництва є досить складним, а тому потребує якнайшвидшого вирішення існуючих проблем, які пов'язані перш за все з недосконалою системою оподаткування, нестачею фінансово-кредитних ресурсів, адміністративними утисками та іншими негативними процесами реформування в країні. На разі, мале підприємство в Україні є найуразливішим сектором економіки, бо не отримує належної підтримки та захисту зі сторони держави, в той час коли у розвинених країнах малому підприємству приділяється першочергова увага з боку урядових органів, приватних структур, громадських організацій. Для них встановлено сприятливі законодавчі умови, інституціональне середовище. Внаслідок наявних труднощів в Україні спостерігається зниження зацікавленості підприємців працювати у прозорих умовах, що призводить до зростання частки тіньового сектору та фіскальних втрат бюджету, зниження інвестиційної активності, сповільнення інноваційного розвитку тощо. На даний момент в Україні частка малих підприємств у загальній кількості та у розрахунках на 10 тис. осіб має тенденцію до зменшення. Якщо взяти показники 2009 та 2010 років по кількості підприємств на 10 тис. осіб, то бачимо, що показник 2009 року становить 75%, а показник 2010 року зменшився на 12% і становить 63%. Таким чином, можна зробити висновок, що з кожним роком показники частки прибутків та збитків оподаткування малих підприємств до загального обсягу прибутку збільшуються, але проблема в тому, що показники збитків значно більші ніж показники прибутків, що спричиняє масове банкрутство підприємств. Важливим є те, що саме в 2010 році частка підприємств від загальної кількості отримали найбільше збитків (41,4%) в порівнянні з 2009 роком (39,9%). Виходячи з цього, можна зробити висновок, що система оподаткування, яка існувала в Україні до прийняття нового Податкового кодексу, створювала значне податкове навантаження на суб'єктів малого підприємництва, які сплачували єдиний податок у розмірі 6–10%, а після прийняття нового Податкового кодексу податкове навантаження зменшилось, але разом з цим відбулися зміни щодо платників ПДВ. Це призвело до закриття великої кількості підприємств внаслідок розірвання контрактів між підприємствами. Отже, після прийняття нового Податкового кодексу в Україні відбулося масове закриття підприємств, в порівнянні з 2009 роком. Значним аспектом формування ефективного середовища для функціонування малого підприємства є запровадження постійно дію-

чої законодавчої та нормативної бази щодо створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього підприємництва. Саме законодавча база надає можливість підприємцям створювати додану вартість та надавати послуги. Крім цього законодавство регулює можливість надання позик з боку банків. Як показує закордонний досвід, більшість підприємств починають своє функціонування за допомогою стороннього капіталу. Джерелом, яке може надати позику, є банк. Підтвердженням цього факту є значна кількість різноманітних комерційних та державних програм для підтримки бізнесу в країнах Європейського Союзу. Крім цього, основними напрямками прискорення розвитку підприємництва в сучасних умовах трансформації, переходу до інноваційної моделі розвитку економіки України є: удосконалення податкової політики, тобто забезпечення функціонування спрощеної системи оподаткування з наданням переваги єдиному податку та право тих, що працює у секторі малого підприємництва, на соціальне і пенсійне забезпечення; постійної державної підтримки суб'єктів малого та середнього підприємництва (фінансово-кредитної, майнової, інформаційної та кадрової); створення та забезпечення діяльності мережі бізнес-центрів, бізнес-інкубаторів тощо; стимулювання розвитку підприємництва в галузях, що забезпечують найвищу ефективність суспільного виробництва та його конкурентоспроможність завдяки використанню досягнень науково-технічного прогресу, ресурсозберігаючих технологій, випуску принципово нових видів продукції тощо. На даний час, сектор малого бізнесу в Україні малорозвинений і характеризується високим ступенем неефективності. Основним завданням сьогодення є досягнення економічної рівноваги між державним регулюванням через систему оподаткування, прискоренням темпу розвитку малого бізнесу в різних сферах народного господарства тощо.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко О.В. Малий бізнес в Україні: основні проблеми та перспективи розвитку / О.В. Бондаренко, Х.Ю. Кондратко // Вісник Житомирського державного технічного університету. Економічні науки. – 2010. – № 3(53). – Ч. 3.
2. Долгоруков Ю. Про розвиток малого підприємства / Ю. Долгоруков // Економіка України. – 2005. – № 12. – С. 11–18.
3. Огліх В. Шляхи реформування податкової системи України у напрямку забезпечення сталого економічного розвитку / В. Огліх, О. Шаповалов // Економіст. – 2007. – № 11. – С. 26–29.
4. Новий Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.advokat-ua.com.ua/podatkovy_kodeks_proekt.html
5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

К.е.н. Деньга С.М.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», Україна

СУТНІСТЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ВКЛАДЕННЯ КАПІТАЛУ В ПІДПРИЄМСТВО

Життєвий цикл вкладень капіталу з точки зору різних груп інвесторів (учасників бізнесу) проходить етапи вкладення капіталу (набуття прав власності), змін вкладеного капіталу (змін у правах власності) і вилучення капіталу (втрата прав власності) (рис. 1).

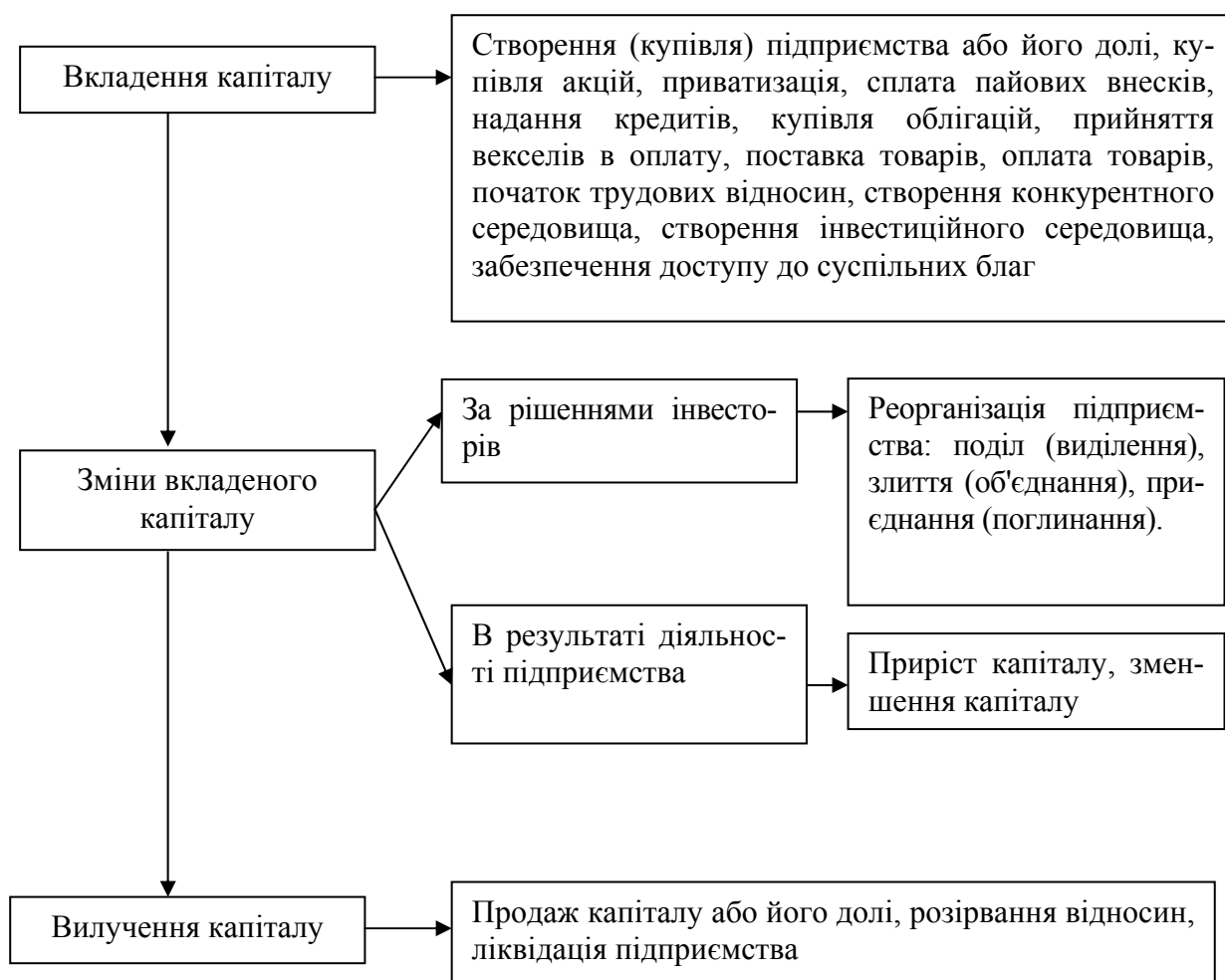


Рис. 1. Етапи циклу вкладення капіталу в підприємство учасниками бізнесу

Таким чином, окрім рішень самих інвесторів по вкладенню і вилученню капіталу та реорганізації підприємства, зміни вкладеного капіталу можуть відбуватися в результаті діяльності підприємства-об'єкта вкладення капіталу.

Виділення етапів реального інвестиційного процесу дозволяє стверджувати, що інвестиційні ресурси інвесторів перетворюються у вкладений у підприємство капітал, який далі трансформується в необоротні та оборотні активи підприємства і витрати, що здійснюють кругообіг в процесі діяльності підприємства, перетворюються у результати діяльності, які збільшують або зменшують розмір вкладеного капіталу. Таким чином, життєвий цикл інвестиційного проекту інвестора підприємства включає в себе кругообіг капіталу підприємства-об'єкта інвестування з моменту вкладень капіталу до його вилучення з циклу кругообігу.

Виходячи з викладеного вище, можна стверджувати, що ефективність інвестиційного проекту інвестора буде залежати від ефективності підприємства, в яке вкладено капітал. Таким чином, життєвий цикл інвестиційного проекту інвестора повинен враховувати життєвий цикл підприємства-об'єкта інвестування, починаючи від моменту вкладання капіталу і закінчуючи його вилученням. На ефективність інвестиційного проекту інвестора впливає ефективність діяльності підприємства-об'єкта інвестування протягом усього його життєвого циклу починаючи від моменту створення і закінчуючи ліквідацією, якщо цикл вкладення капіталу інвестором і життєвий цикл підприємства співпадають, або такий вплив припиняється з моменту вилучення капіталу інвестором.

В економічній літературі ефективність інвестиційних проектів досліджується з точки зору власників підприємства (учасників, основних акціонерів) і виключно у фінансово-економічному аспекті. Поєднуючи в єдину систему сутність фінансово-економічної ефективності інвестиційного проекту з точки зору власників і сутність ефективності підприємства в умовах сучасного суспільно-економічного розвитку за підходу досягнення балансу задоволення інтересів основних груп учасників бізнесу, можна створити схему визначення фінансово-економічної ефективності вкладення капіталу в підприємство (рис. 2).

Таким чином, з точки зору власників, фінансово-економічну ефективність вкладення капіталу у підприємство у довготерміновій перспективі доцільно визначати системою показників, які враховують показники фінансово-еконо-

мічної ефективності реального інвестиційного проекту на певному етапі його життєвого циклу та показники, які характеризують ступені задоволення інтересів основних груп учасників підприємства.



Рис. 2. Сутність фінансово-економічної ефективності вкладення капіталу в підприємство

Проте, якщо цілями власників підприємства є не досягнення фінансово-економічної ефективності, а отримання соціально-духовного, екологічного, політичного чи іншого ефекту, то фінансово-економічна ефективність інвестиційного проекту повинна стати одним із показників системи ефективності вкладення капіталу у довготерміновій перспективі.

Таким чином, під ефективністю вкладення капіталу у підприємство слід розуміти ступінь досягнення цілей інвесторів з урахуванням обмежень у вигляді системи показників, які характеризують ступені задоволення інтересів основних груп учасників підприємства-об'єкта інвестування у часових перспективах. Останнє визначення справедливе з точки зору усіх основних груп учасників торговельного бізнесу. А з точки зору управління підприємством під ефективністю вкладення капіталу в нього слід розуміти досягнення балансу задоволення інтересів основних груп учасників у часових перспективах.

К.е.н. Кухарська Н.О.

*Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України,
м. Одеса*

МІЖРЕГІОНАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

На теперішній час, при наростанні кризових явищ в економіці і переході до ринкових реформ, ще більше посилилася диференціація між регіонами України. Це зв'язано, по-перше, з включенням механізму ринкової конкуренції, що розділив регіони за їх конкурентними перевагами і недоліками. По-друге, з проявом різних можливостей адаптації до ринку регіонів з різною структурою економіки і різним менталітетом населення і влади. По-третє, позначилася фактична нерівність економічних взаємин різних регіонів України з центром.

Слід зазначити, що регіональні диспропорції дісталися економіці України в спадок від планово-централізованої економіки дотрансформаційного періоду. Проте, в процесі трансформації глибина цих відмінностей збільшилася по низці показників.

Якщо в 2006 р. в усіх областях України зросли обсяги *валового регіонального продукту*, в 2007 р. – тільки в трьох областях (Кіровоградській, Івано-Франківській і Миколаївській) спостерігалось зниження обсягів ВРП, то в 2010 р. зниження показали вже 17 з 27-ти адміністративно-територіальних одиниць (АТО) України. Зростання, як ВРП, що вироблено, так і ВРП на душу населення показали всього десять АТО нашої країни, у тому числі – всі області Південного макрорегіону (Українського Причорномор'я) (рис. 1).

На зростанні промислового виробництва позначилася економічна криза 2008 р. Загальний обсяг виробництва в промисловості в цілому по Україні, якщо судити по індексах промислового виробництва, склав в 2009 р. всього 77% від рівня 1990 року (хоча в 2007 р. цей показник був значно вищий – 110,3%, а в 2008 р. – 103%).

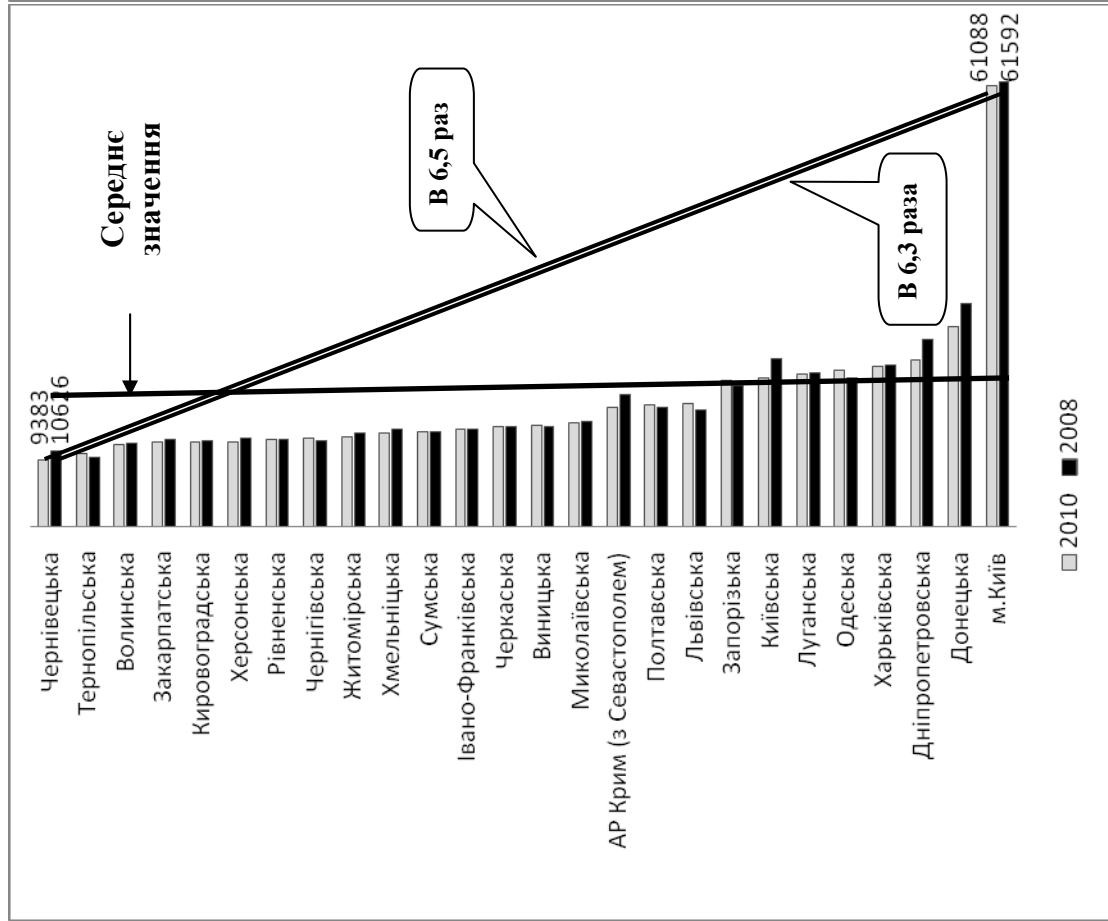


Рис. 1. Валовий регіональний продукт на 1 чол., грн.

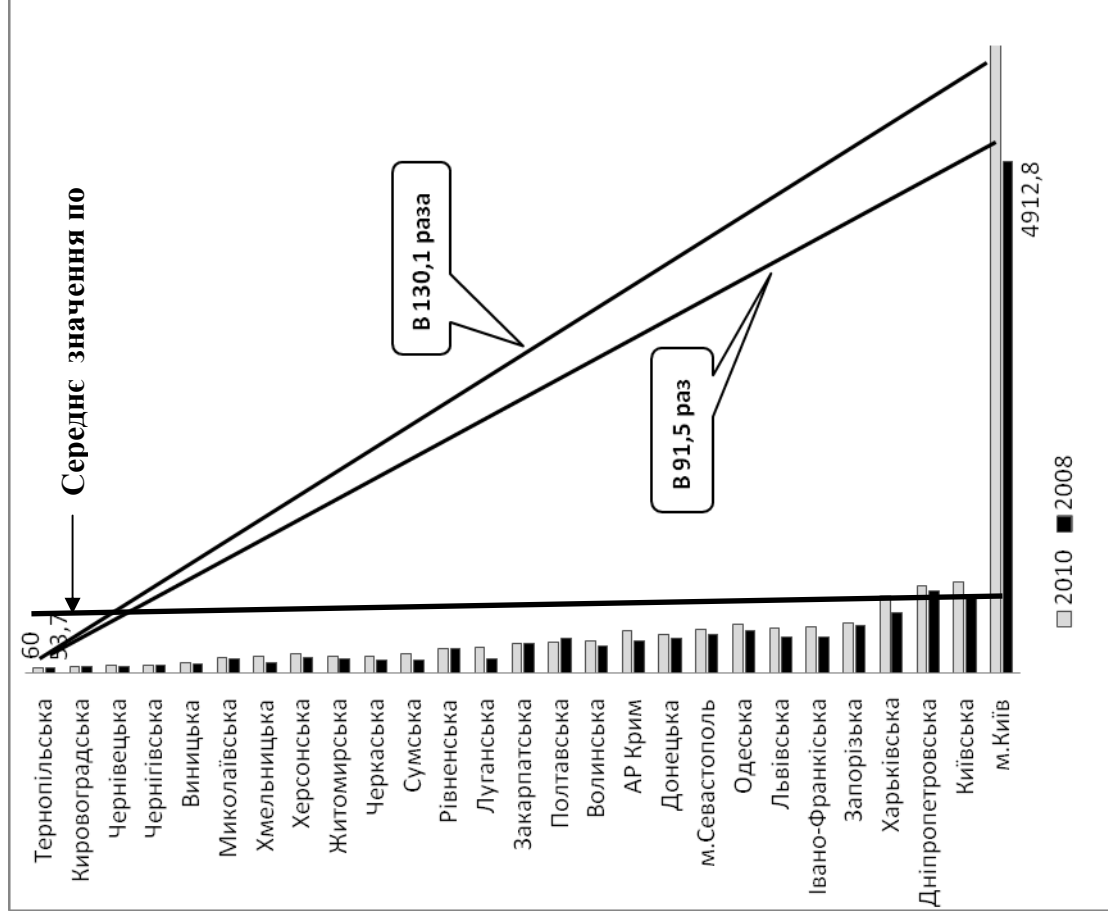


Рис. 2. Прямі іноземні інвестиції на 1 чол., дол. США

Якщо в 2008 р. в двох областях України (Запорізькій і Закарпатській) і в Києві промислове виробництво значно перевищило рівень 1990 р. і склало більше 200%, в 13-ти – воно було між 100 і 200%, в п'яти – між 76 і 100% і ще в п'яти складало 75% і менше відсотків від рівня 1990 р., то в 2009 р. ситуація різко погіршилася: зростання від 100 до 200% спостерігалось всього в десяти областях, від 76 до 100% – в шести, і незначне зростання промислового виробництва (менше 75%) показали десять областей України. У 2010 р. ця тенденція дещо покращилась.

На відміну від промисловості, відмінності між регіонами країни у виробництві продукції *сільського господарства* не настільки суттєві (2,1 раз), оскільки вони в деякій мірі обумовлюються природно-кліматичними умовами. Виробництво продукції сільського господарства України в 2010 р. в порівнянні з 1990 р. склало 68,9%. У 2010 році рівень сільськогосподарського виробництва 1990 року досягла тільки Черкаська область – 108,5%. В 2010 р. групу найбільших виробників формували Черкаська (6,6%), Київська (6,5%), Дніпропетровська (6,2%), Вінницька (6,0%), Полтавська (5,6%), Харківська (4,9%) і Донецька (4,8%) області. Їх частка склала 40,6% всього сільськогосподарського виробництва в Україні. На чотири адміністративно-територіальні одиниці Українського Причорномор'я, не дивлячись на сприятливі природно-кліматичні умови, доводиться всього 11,4% від загальноукраїнського випуску продукції сільського господарства.

Щорічно знижуються *інвестиції в основний капітал*: у 2010 р. їх рівень складав всього 49,7% від рівня 1990 р. (у 2008 р. цей показник був на рівні 85,4% від 1990 р., а у 2009 р. – 50%). В середньому по Україні у 2010 р. цей показник з розрахунку на душу населення склав 3297,6 гривень, що нижче за 2008 рік в 1,5 раз. Саме скорочення інвестування в основний капітал пояснює зниження рівня дивергенції між регіонами України у 2010 р. При цьому в 19-ти (переважно сільськогосподарських областях Західного макрорегіону) цей показник менш середньодушового показника по Україні. Найвищий – в столиці країни: у 3 рази вище середньоукраїнського і в 5,8 раз вище, ніж в Чернігівській області. Сім адмі-

ністративно-територіальних одиниць, а саме Дніпропетровська, Запорізька, Полтавська, Київська, Одеська області і м. Севастополь, мають душові показники інвестицій в основний капітал вище середньоукраїнського.

По припливу *прямих іноземних інвестицій* (ПІІ) на душу населення в різкому відриві знаходиться Київ, в який залучено інвестицій в 8 разів більше, ніж в середньому по Україні, що пояснюється його столичним статусом. Різниця між Києвом і мінімальним значенням ПІІ в Тернопільській області зростала і склала в 2010 р. 130,1 раз (у 2007 р. – 77,6 раз). При цьому всі АТО України, за винятком Дніпропетровської та Харківської областей, мають ПІІ на одну людину менше, ніж в середньому по Україні (див. рис. 2).

Рівень дивергенції регіонів, що характеризує *обсяг реалізованої промислової продукції (робіт, послуг)*, вираженій в абсолютних величинах (млн. грн.), набагато значніше – 46,9 раз в 2009 р. По цьому економічному показнику в між-регіональному порівнянні Південний макрорегіон значно програє. На всі АТО Українського Причорномор'я доводиться всього 8,6% обсягу реалізованої промислової продукції (робіт, послуг), що нижче, ніж в окремо взятих Донецькій (17,5%), Дніпропетровській (13,8%) областях та м. Києві (14,2%), а також майже відповідає обсягу випуску промислової продукції Луганській області (7,2% від загальнодержавного показника).

По випуску *інноваційної продукції* розрив у багато разів значніше – 428,3 раз. На шість адміністративно-територіальних утворень України (м. Київ, Луганську, Запорізьку, Харківську, Дніпропетровську і Донецьку області) припадає 78,8% випуску в Україні. Области Українського Причорномор'я займають усього 3,8% від випуску інноваційної продукції в Україні.

Рівень дивергенції областей в експорті товарів зростає й в 2010 р. вже склав 126,2 раз (в 2009 р. – 77,9 раз). Розрив збільшився за рахунок зниження виробництва промислової продукції в регіонах, в результаті чого збільшився рівень дивергенції. Областями, орієнтованими на зовнішню торгівлю, є області Східного макрорегіону з крупними промисловими центрами, а також Південний макрорегіон, завдяки «південним воротам» нашої країни – портам Одесі, Іллічевську і Південному.

Проведені зіставлення основних чинників економічного розвитку регіонів України в процесі трансформації, що роблять безпосередній вплив на економічне зростання і подальший розвиток регіонів, довели наростання процесів дивергенції регіонів України.

Для підвищення економічного розвитку і зниження рівня дивергенції регіонів України потрібен усесторонній комплексний підхід, що передбачає вирішення наступних питань:

- економічне оновлення й модернізація базових секторів господарства (промислового комплексу, сільського господарства, виробництво конкурентоспроможних товарів і послуг);

- забезпечення реалізації інвестиційно-інноваційної моделі розвитку регіонів країни за рахунок випереджаючого розвитку високотехнологічних галузей та виробництва наукоємної, енергозберігаючої продукції;

- формування ефективної структури зовнішньоторгового балансу регіону на підставі розвитку експортоорієнтованого та імпортозамінюючого виробництв;

- створення інституційних умов підвищення конкурентоспроможності регіонів, за рахунок росту не менш ніж на 1/3 залучення інвестицій на регіональному рівні;

- створення позитивного інвестиційного іміджу регіону шляхом розповсюдження інформації про конкурентні переваги регіону, інвестиційне законодавство області, інвестиційні проекти і пропозиції, об'єкти інвестиційної інфраструктури за допомогою ЗМІ і міжнародного інформаційного обміну, презентацій регіону і окремих інвестиційних проектів;

- виявлення на різних рівнях управління і регулювання чинників, сприяючих або гальмуючих процес включення економіки регіону в систему світогосподарських зв'язків;

- залучення до роботи на території регіону організацій і програм з іноземною участю, міжнародних банків, інституційних інвесторів (МБПП, ЄБРР, МФК, USAID);

- визначення стратегій трансформації економіки регіонів з урахуванням рівня розвитку регіонів і їх ресурсної забезпеченості.

Матвійчук К.А.

Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана, Україна

ТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ТІНЬОВИХ КАПІТАЛІВ В УКРАЇНІ

Сьогодні до найгостріших в Україні належать проблеми тінізації економіки та криміналізації суспільного життя, від розв'язання яких безпосередньо залежить забезпечення сталого економічного розвитку, підвищення добробуту народу і зміцнення національної безпеки держави.

За вітчизняними та іноземними підрахунками, обсяг тіньової економіки складає в нашій державі від 40 до 60% ВВП. Обсяг капіталу, що перебуває за межами України, але має українське походження, з початку встановлення її незалежності, сягає приблизно \$30 млрд. Як стверджують українські дослідники, близько 40% працездатного населення мають ті чи інші доходи від тіньової економіки.

Значні масштаби тіньової діяльності свідчать про те, що тіньові економічні відносини пронизують усі сфери економічної, соціальної і політичної системи держави і суспільства [6].

Проблема легалізації тіньових капіталів комплексна. Легалізація доходів, отриманих незаконним шляхом, або неоподаткованих, – лише невелика складова проблеми тіньової економіки, один зі способів детінізації економіки в цілому. Проблему тіньової економіки слід розглядати значно ширше. Потрібно мати власну концепцію легалізації тіньової економіки з урахуванням наших економічних і соціально-політичних умов, особливостей прояву тіньової економіки. Багатоаспектність та розгалуженість проявів тінізації засвідчують безперспективність симптоматичних репресивних методів протидії у вигляді посилення контрольно-каральних функцій держави [4].

Головним шляхом повернення тіньових капіталів може бути лише створення привабливих економічних і адміністративних умов повернення і інвестування тіньових капіталів в економіку України.

Головними технологіями тінізації економіки і, відповідно, основними формами прояву тіньових доходів у сучасній Україні є такі:

1. Тіньова зайнятість і нелегальне виробництво товарів і послуг.
2. Приховування від оподаткування прибутків підприємств і доходів громадян, необґрунтовані податкові пільги та заборгованість заробітної плати.
3. Шахрайство у фінансово-кредитній сфері та у ціноутворенні.
4. Масове розкрадання державної власності, в тому числі у процесі її роздержавлення та приватизації.
5. Кримінальний бізнес з торгівлі наркотиками, зброєю, людьми, інтелектуальною власністю та ін.
6. Комп'ютерна злочинність.
7. Відмивання "брудних" грошей (капіталу).

З огляду на це, стратегія боротьби з негативними проявами тіньової економіки має бути комплексною. Оскільки тіньовий сектор економіки підпорядковується діянню економічних законів ринку, то застосовувані переважно силові методи дають лише тимчасовий ефект [3].

Основними причинами, які гальмують процес виходу економіки з тіні, є:

– системні вади податкової політики (чинна податкова система фактично зосереджена на максимальному залученні надходжень до бюджету, без урахування можливих негативних наслідків надмірного фіскального тиску на суб'єктів господарювання та громадян);

– відсутність повноцінного ринкового середовища (уповільнення інституційних, структурних та економічних змін, недосконалість ринкових механізмів призводять до неузгодженості державної економічної політики з інтересами суб'єктів господарювання, які змушені самотійно розробляти неформальні механізми взаємної співпраці);

– високий рівень корупції та некомпетентність державних службовців;

– нестабільність інвестиційного та підприємницького клімату (про це свідчить зниження індексу економічної свободи України у рейтингу, який складає американська неурядова організація "The Heritage Foundation". За рейтингом 2009 р., Україна посіла 152 місце зі 179 країн) [2];

– недостатній захист інвесторів (рейтинг "Doing business 2009" Україна посіла серед 181 країни такі місця за складовими індексу: за реєстрацією власності – 140; за захистом інвесторів – 142; за легкістю отримання дозволу на будівництво – 179; за податковим тягарем – 180 місце) [7];

– нестабільне політичне середовище та ін. [5].

З'ясувавши джерела походження тіньових капіталів необхідно встановити і податкові амністії [6].

Щодо проведення податкової амністії, то її можна проводити двома шляхами. Вона може бути або одноразовою (як пропонується сьогодні), або довгостроковою.

У другому випадку вона є фактично постійною. Цей варіант, наприклад, використовують у Германії. При цьому доходи, які з тих чи інших причин, не були задекларовані, дозволяється задекларувати пізніше. При цьому розраховувати на те, що короткострокова амністія приведе до значного збільшення доходів не доводиться. За розрахунками Мінфіна України, від амністії тіньових капіталів бюджет країни повинен одержати 4 млрд. грн.

Типи податкової амністії:

– Одноразова амністія: під час такої амністії платникам податків надається наперед визначений період часу для легалізації власних доходів минулих періодів (переважно від двох місяців до року).

– Періодичні амністії: такі амністії оголошуються кожні декілька років.

– Довготермінова амністія: під час такої амністії можливість легалізувати доходи минулих періодів існує постійно за існуючих, незнижених податкових ставках. Крім податків, платники податків можуть бути зобов'язані сплатити помірний відсоток або штраф.

– Амністія з можливістю перевірки походження доходів: під час такої амністії платникам податків надається можливість виправити податкові декларації із застосуванням менших покарань.

– Амністія без перевірки походження доходів: такі амністії передбачають звільнення платника податків від перевірок справжньої суми і походження доходів, іноді, за рахунок спеціального амністійного платежу [9].

Заходи щодо легалізації тіньового капіталу мають супроводжуватися комплексом жорстких інструментів подолання передумов корупції й запобігання подальшому розвитку тіньового сектору та відпливу капіталу за межі України, які мають впроваджуватися синхронно зі стимулами легалізації згідно вищезазначеної Програми.

До спеціальних заходів протидії тінізації слід віднести наступні:

1. Активні заходи із подолання корупції в центральних і місцевих органах державної влади. Звільнення від відповідальності суб'єктів господарювання за подання хабарів у попередні періоди в разі викриття з їх допомогою фактів хабарництва державних службовців. Відкритість результатів діяльності правоохоронних органів із викриття фактів хабарництва.

2. Здійснення незалежної експертизи діючих законів та проектів нових законів України, а також нормативно-правових актів міністерств, відомств, органів місцевої влади на предмет їх відповідності антикорупційним законам України, впливу на розвиток і функціонування «тіньової» економіки.

3. Приведення у відповідність з новими соціальними та економічними умовами цивільного, кримінального, кримінально-процесуального законодавства, а також законодавства, що стосується питань підприємницької, банківської, зовнішньоекономічної та інших видів діяльності.

4. Забезпечення максимальної гласності та прозорості здійснення приватизації, прийняття рішень у приватизаційних конкурсах, управління державними пакетами акцій, дотримання постприватизаційних зобов'язань та процесів постприватизаційного перерозподілу власності; запровадження відповідальності керівників за штучне зниження вартості держпідприємства у передприватизаційний період. Вдосконалення інституту уповноважених осіб Фонду державного майна України, на яких покладено завдання щодо організації контролю за ходом приватизаційних процесів, діяльністю приватизованих підприємств та фінансових посередників.

5. Посилення контролю за ефективністю використання державної власності, зокрема – запровадження відповідальності керівників державних підпри-

емств за рівень економічних показників, виконання підприємствами платіжних зобов'язань, забезпечення реального взаємозв'язку між продуктивністю виробництва цих господарських одиниць та рівнем доходів їх керівного персоналу.

6. Забезпечення постійного моніторингу процесів, що відбуваються на фондовому ринку, з метою відслідковування негативних тенденцій концентрації контролю над підприємствами чи галузями, відмивання кримінальних коштів, незаконного вивезення капіталу з України, дій, спрямованих на підрив фондового ринку України.

7. Зміцнення державного контролю за цільовим використанням бюджетних коштів, кредитних ресурсів та іноземних інвестицій за допомогою:

- розподілу цільових кредитних ресурсів, бюджетних капіталовкладень, інших бюджетних асигнувань на тендерному принципі з прозорою та гласною процедурою визначення переможців;

- запровадження контролю за дотриманням зобов'язань, якими супроводжувалось надання цільових кредитів, бюджетних вкладень, залучення інвестора;

- запровадження механізму коректної оцінки майна, що пропонується до приватизації, та регулювання цін на таке майно з метою запобігання штучного заниження його вартості.

8. Посилення контролю за зовнішньоторговельними операціями з метою виявлення та припинення демпінгового експорту, експорту на інших невідповідних для економічних інтересів держави умовах, контрабандного імпорту.

9. Впровадження відповідальності державних службовців за незаконні дії чи бездіяльність, які завдали збитків суб'єкту господарювання.

10. Оптимізація чисельності та структури органів виконавчої влади, забезпечення їх працівникам високий рівень оплати праці [8].

Міжнародний досвід свідчить, що для ефективного проведення економічної амністії необхідним є виконання таких умов:

- одноразове проведення амністії, неконфіскаційний характер амністії;
- достатні гарантії щодо звільнення від відповідальності за задекларовані суми, гарантії щодо конфіденційності інформації;

- поєднання амністії з більш жорсткими умовами відповідальності у випадку подальшого приховування доходів [1].

В кожній сфері прояву тіньової економіки потрібно шукати різні шляхи детінізації, адже специфічність кожної галузі не дає все звести під стандартне трактування. Так, сферу підприємництва необхідно легалізувати за рахунок удосконалення системи оподаткування, у добувній промисловості слід здійснювати прозоріші розподіли спеціальних дозволів і ліцензій на здійснення діяльності, у виплаті заробітної плати працівникам – ліквідувати диспропорції в оплаті праці та ввести диференціацію оподаткування. Тобто необхідно створити умови для легалізації тіньового сектора та усунення державних корумпованих структур на всіх рівнях влади.

Список використаних джерел:

1. Аржевін С. Легалізація або амністія тіньових доходів як спосіб повернення коштів у легальну економіку / С. Аржевін // Економіст. – 2010. – № 7. – Липень.
2. Засянська О.В. Теоретичні основи боротьби з тіньовою економікою / О.В. Засянська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 76–84.
3. Пушкаренко П. Генезис і соціально-економічні наслідки тіньової економіки / П. Пушкаренко, М. Логвиненко // Економіка України. – 2004. – № 10. – С. 43–49.
4. Сидоренко Т.О. Детінізація економіки та легалізація капіталу в Україні [Електронний ресурс] / Т.О. Сидоренко. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua>
5. Удовенко В.В. Сутність поняття «тіньова економіка», її сучасний стан в Україні [Електронний ресурс] / В.В. Удовенко. – Режим доступу: <http://www.rusnauka.com>
6. Фукс А.Е. Формування, закономірності розвитку та легалізації тіньової економіки в Україні / А.Е. Фукс // Вчені записки. – 2004. – Вип. 6. – С. 14–18.
7. Шарікова О.В. Економічні наслідки тінізації економічної системи / О.В. Шарікова // Економіка. Фінанси. Право. – 2009. – № 1. – С. 3–6.
8. Щодо шляхів та механізмів легалізації тіньових капіталів в Україні [Електронний ресурс] // НІСД – 23.02.07–01.03.07 – Режим доступу: <http://www.old.niss.gov.ua>
9. Який вид податкової амністії потрібен Україні? [Електронний ресурс]. – К., 2010. – Режим доступу: <http://www.ier.com.ua>

К.є.н. Мідляр А.К.

*Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного
торговельно-економічного університету, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Найважливішою проблемою діяльності будь-якого підприємства є її доцільність та економічна ефективність. При виборі стратегії маркетингу та створенні конкурентних переваг вирішальними є питання ціни та інших фінансових

показників. Вибір адекватної системи ціноутворення на власний товар підприємства стає ключовим елементом процесу завоювання ринку.

Ринковій економіці властиве вільне встановлення рівноважних цін відповідно до попиту і пропозиції на цей товар або послугу. Навіть монополні ціни є результатом взаємодії ринкових сил. Як відомо, ціна в ринковій економіці покликана виконувати три основні функції: по-перше, забезпечення ефективного розподілу чинників виробництва, тобто такий розподіл, коли не існує іншого підприємства, що покращує положення; по-друге, вирівнювання рівнів попиту і пропозиції, тобто у результаті сукупний надмірний попит виявляється рівним нулю; по-третє, забезпечення стабільності розподілу прибутків, тобто усі прибутки в економіці можуть бути покриті запропонованими послугами.

Вільне ціноутворення в розвиненому ринковому господарстві, не означає, що підприємства не займаються питаннями внутрішнього визначення цін на продукцію. Щоб успішно працювати, підприємство повинне вивчати кон'юнктуру ринку, рівень попиту і пропозиції, і відповідно до цього проектувати ціни своєї продукції, а також розробляти цінову політику, яка включає шість етапів [2].

1-й етап. Постановка завдання ціноутворення. Для підприємства найважливішим завданням є отримання максимального доходу на цьому етапі з метою досягнення рентабельності виробництва. В цьому випадку після оцінки попиту і витрат стосовно різних рівнів цін, вибирається ціна, що забезпечує максимальний прибуток.

2-ий етап. Визначення впливу ціни на попит (на цьому етапі необхідно визначити залежність обсягу попиту від ціни, яка фіксується законом попиту і представлена кривою з від'ємним нахилом. Крім того, необхідно знати в якій мірі попит реагує на зміну цін, тобто чи впливає збільшення ціни до відносно невеликого падіння попиту (попит не еластичний) або ж до значної його зміни (попит еластичний).

3-ий етап. Оцінка витрат потрібна для визначення базової точки відліку ціноутворення – тобто визначення найменш можливої ціни та обсягу випуску товару. Вона здійснюється за двома видами – постійні витрати, які не залежать

від зміни обсягу випуску товару, і змінні витрати, які знаходяться в прямій залежності від рівня виробництва.

Постійні витрати не змінюються залежно від випущеної кількості товару, а змінні – змінюються залежно від виробленої кількості продукції, це витрати на робочу силу, сировину та ін. Сукупні витрати – це сумарні витрати на виробництво і маркетинг товару. Окрім зазначених витрат, є граничні витрати – це зміна сукупних витрат в результаті виробництва і маркетингу додаткової одиниці товару. Отже, граничні витрати розраховуються відношенням зміни сукупних витрат до зміни кількості товару.

4-й етап. Аналіз цін і товарів конкурентів (контрольні закупівлі товарів у конкурента, аналіз прайс-листів, опитування покупців). Пошук необхідної інформації про конкурентів може здійснюватися двома методами: законним та незаконним. Законні методи – це дані, що даються бувшими співробітниками фірм-конкурентів, публікації про фінансову діяльність, отримання інформації з ярмарок, що влаштовуються конкурентами, аналіз виробів конкурентів та ін.

5-й етап. Вибір методу ціноутворення. Тут можливе застосування наступних підходів: а) на основі поточних цін при цій собівартості, б) на базі середніх витрат + прибуток, в) встановлення зони беззбитковості та визначення цільового прибутку, г) визначення ціни на основі цінності товару. На більшості підприємств ціна визначається за допомогою граничного аналізу. При такому аналізі підприємство виходить з принципу максимізації прибутку. За допомогою граничного аналізу намагаються встановити ціну, що максимізувала б прибуток, з урахуванням збільшення виручки при продажі додаткових одиниць товару і витрат виробництва та маркетингу цих додаткових одиниць.

6-ий етап. Визначення остаточної ціни. На цьому завершальному етапі розробки цінової політики необхідно визначитися з системою скидок ціни при реалізації товару.

Ми вважаємо доцільним встановлення таких видів скидок: скидка за кількість закупаваного товару (під нею розуміють зменшення ціни для покупця, що купує велику кількість товару; в цьому випадку економія для господарства

складається за рахунок скорочення витрат з продажу, підтримки запасів і транспортування товару), скидки за оплату готівкою (це зменшення ціни для покупця, який оперативно оплачує рахунок).

При постановці завдання з обґрунтування ціни продукції перед підприємством можуть стояти проблеми вибору пріоритетів:

1. Ціноутворення стає основною метою підприємства в умовах гострої конкуренції на ринку і потребах клієнтів, що швидко міняються. В цьому випадку виробник прагне за допомогою низьких цін «зберегти» свого споживача і свій сегмент ринку, оскільки довгострокове виживання підприємства важливіше за отримання миттєвого прибутку.

2. В результаті вивчення попиту і аналізу власних витрат виробництва, а також вивчення різних рівнів цін підприємство вибирає таку ціну, яка забезпечить максимальний поточний прибуток. В цьому випадку високі поточні фінансові показники для нього можуть бути важливішими за довготривалі індекси.

3. Підприємство встановлює максимально низькі ціни з метою завоювання більшої частини ринку. Воно вважає, що компанія, якій належить велика частка ринку, буде мати найменші витрати виробництва і найвищі довгострокові прибутки. Це пов'язано з тим, що в подальшому за рахунок зростання обсягів виробництва воно зможе компенсувати можливі втрати через відносно низькі ціни.

4. Підприємство обирає або пріоритетне завоювання ринку, або забезпечення високої якості товару. Зазвичай для цього потрібне встановлення високої ціни на товар, щоб покрити витрати на досягнення високої якості і проведення науково-дослідної роботи.

Головним моментом цінової конкуренції переробних підприємств є встановлення базової (стартової) ціни товару. Тут можна запропонувати скоректований нами параметричний метод, який досить ефективно застосовується на ринку товарів. Суть його зводиться до наступного: експертним шляхом вибирається аналогічний товар-конкурент; встановлюються параметри, що визначають споживчі властивості товару; на основі експертних оцінок параметри

ранжируються і визначається їх значення в балах; визначаються середня ціна одного балу і базова ціна товару підприємства.

Отже, запропонований нами параметричний метод дозволяє вдосконалювати споживчі параметри продукту, що посилюють його цінову конкуренцію. Питання ціни та інших фінансових показників залишаються вирішальними в стратегії маркетингу і створенні конкурентних переваг. Вибір адекватної системи ціноутворення на власний товар підприємства стає центральним елементом усього комплексу завоювання ринку і просування товару на ньому.

Список використаних джерел:

1. Дайновська С.М. Ціноутворення / С.М. Дайновська. – К.: КНТЕУ, 2009. – 320 с.
2. Корінев В.Л. Маркетингова цінова політика: навч. посіб. / В.Л. Корінев, М.Х. Корецький, О.І. Дацій. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 200 с.
3. Шкварчук Л.О. Ціноутворення: підручник / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор, 2008. – 460 с.

Оглобля Н.А.

Криворізький економічний інститут ДВНЗ “КНУ”, Україна

РЕЙТИНГОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ

Оцінювання стану та динаміки функціонування гірничорудного підприємства передбачає виявлення ключових аспектів його діяльності, що стає однією з актуальних проблем у його виробничо-економічній практиці. Важливою складовою цієї проблеми є аналіз стану досліджуваної техніко-економічної системи (ТЕС) підприємства.

Складність одночасного контролю великої кількості різноманітних показників у фінансово-економічному аналізі виробничо-економічної діяльності гірничорудного підприємства обумовлює значне поширення процедур комплексної оцінки, на підставі яких може обчислюватися рейтинг як узагальнена оцінка діяльності підприємства. Під рейтингом будемо розуміти комплексну характеристику ТЕС гірничорудного підприємства згідно з певною шкалою. Тобто

значення рейтингу – елемент лінійно напівупорядкованої множини. Природним способом зниження як складності, так і трудомісткості управління й, зокрема, розроблення стратегічних і тактичних планів ТЕС, а отже, і зниження ступеня ризику щодо прийняття некоректних рішень, є факторизація набору показників, що дозволяє суттєво скоротити їх кількість. Така факторизація може бути здійснена в результаті заміни тієї чи іншої групи показників їх інтегрованою комплексною оцінкою.

Для гірничорудних підприємств важливим є визначення, аналіз та структуризація різних груп показників оцінювання, вибір та обґрунтування яких мають здійснюватися з урахуванням цілей порівняння відповідно до теорії менеджменту підприємства. Крім того доцільно порівнювати також блоки показників, які оцінюють споріднені характеристики окремих підсистем підприємства як об'єктів дослідження. Зазначимо, що малопродуктивним є порівняння підсистем за показниками, які не структуровані та не мають між собою нічого спільного. Тому виникає необхідність використання, зокрема, кількісних показників. Зрозуміло, що кількісні показники та якісні характеристики переплітаються та взаємодоповнюються, тобто є тісно взаємопов'язаними.

Останнім часом особливий інтерес викликають системи для підтримки процесів прийняття рішень, ранжирування об'єктів усередині вибірки, наприклад, дорадчі та експертні системи. Назви цих систем повністю відповідають їхньому призначенню: давати на запит користувачів поради щодо їхнього поводження у ситуаціях невизначеності та ризику, спираючись на науково обґрунтовані методи та експертні оцінки досвідчених фахівців.

В умовах невизначеності й багатокритеріальності питанням упорядкування об'єктів певної вибірки та прийняття рішень присвячено низку наукових праць.

Пропонується система рейтингових показників, яку, на нашу думку, доцільно буде використовувати менеджменту гірничорудних підприємств [1, с. 201–204].

У низці праць пропонується підхід, згідно з яким потрібно сформувати матрицю з елементів a_{ij} ($i = 1, \dots, n; j = 1, \dots, m$), рядки якої означають номери відповідних деталізованих показників якості об'єкта, а стовпчики номери об'єктів рейтингового оцінювання. Іншими словами, вибірка складається з m об'єктів, де a_{ij} — деталізовані показники рейтингової оцінки j -го об'єкта.

Зазначимо, що рейтингове оцінювання може здійснюватися з урахуванням вагомості (пріоритетності) окремих показників чи їх підмножини і має кілька модифікацій.

Можна навести низку модифікацій обчислення інтегрованого показника визначення рейтингової оцінки, кожна з яких має недоліки, що знижують об'єктивність та адекватність оцінювання.

Очевидно, має сенс впровадити як адекватну міру інтегрованого показника рейтингової оцінки модифіковане зважене середньгеометричне (мультиплікативний підхід) і визначати рейтингову оцінку за формулою [1, с. 203]:

$$R_j = \prod_{i=1}^n (1 + x_{ij})^{k_i}, \quad j = 1, \dots, m, \quad (1)$$

де R_j – інтегрований кількісний показник якості функціонування j -го об'єкта, $j = 1, \dots, m$;

x_{ij} – стандартизовані деталізовані показники;

k_i – вагові коефіцієнти.

На нашу думку, для умов сучасного розвитку гірничорудного підприємства, інтегрований показник рейтингової оцінки варіантів управлінських рішень доцільно обчислювати за формулою:

$$R_j = \prod_{i=1}^n (1 + x_{ij})^{\alpha_1 \alpha_2}, \quad j = 1, \dots, m,$$

де $\alpha_1 = 1 - \gamma$, $\alpha_2 = 1 + \gamma - c_v$ – вагові коефіцієнти;

γ – коефіцієнт ризику;

c_v – коефіцієнт варіації.

Вагові коефіцієнти в даній моделі рейтингового оцінювання дозволять більш чітко враховувати мінливість економічного середовища при обґрунтуванні управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Вітлінський В.В. Моделювання економіки: навч. посіб. / В.В. Вітлінський. – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с.

Пуйда Г.В.

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасне підприємство виступає складною системою, функціонування якої забезпечується постійним, безперервним та надійним функціонуванням кожного із системоутворюючих елементів. Одним із елементів у системі виробничих підприємств, який потребує постійного контролю є його технічні ресурси.

Технічні ресурси на підприємстві виконують ряд важливих функцій, від функції одного з головних факторів виробництва до функції забезпечення фінансової стійкості підприємства. Необхідною умовою забезпечення та збереження безпечності господарських процесів на підприємстві є постійний контроль за станом та забезпеченістю підприємства технічними ресурсами та планування їх потреби і використання.

Передумовою успішного контролю та планування технічних ресурсів на підприємстві являється детальний та усесторонній аналіз.

Економічний аналіз технічних ресурсів на підприємстві можна проводити за наступним алгоритмом:

- 1) визначення мети, постановка цілей відповідно до обраного об'єкта аналізу;
- 2) вибір методів аналізу, формування аналітичної документації (для запису результатів аналізу);
- 3) формування необхідного документального забезпечення, проведення попереднього аналізу наявної документації;
- 4) проведення безпосереднього аналізу об'єкта аналізу.
- 5) формування висновків та пропозицій, прогнозування стану об'єкта економічного аналізу.

Система аналітичної оцінки технічних ресурсів підприємства полягає у поетапному аналізі наявних на підприємстві технічних ресурсів та також мож-

ливості та потреби поновлення технічної бази підприємства на основі попереднього аналізу. Стадію **безпосереднього аналізу** можна представити наступними блоками аналізу технічних ресурсів підприємства:

- I. Оцінка та аналіз складу та вартості технічних ресурсів підприємства.
- II. Оцінка руху та періоду використання технічних ресурсів.
- III. Оцінка ефективності використання технічних ресурсів підприємства.
- IV. Оцінка потреби у технічних ресурсах на підприємстві.

Вище наведені блоки безпосереднього економічного аналізу технічних ресурсів у своїй сукупності складають постадійну систему аналізу технічних ресурсів (рис. 1). Дана система відображає тісний взаємозв'язок між різними видами та прийомами економічного аналізу технічних ресурсів підприємства, які пропонуються в економічній літературі. Адже, результати одного виду аналізу можуть стати підґрунтям для проведення наступного виду аналізу, що надає аналітику більше інформації для формування висновків про стан об'єкта аналізу. Запропонована система економічного аналізу технічних ресурсів яка проводиться на етапі безпосереднього аналізу складається із двох частин. Першу її частину складають суто аналітичні блоки аналізу, а саме Оцінка та аналіз складу та вартості технічних ресурсів, Оцінка руху та періоду використання технічних ресурсів, Оцінка ефективності використання технічних ресурсів підприємства. Другу частину складає аналіз потреби підприємства у технічних ресурсах на основі отриманої інформації у першій частині безпосереднього аналізу.

Отже, на кожному із етапів безпосереднього економічного аналізу технічних ресурсів підприємства можна виокремити окремі стадії аналізу та оцінки. Аналіз необхідно проводити із використанням набору різних методів економічного аналізу, особливе місце з яких варто приділити коефіцієнтному аналізу. Кожна стадія етапів безпосереднього економічного аналізу технічних ресурсів відображає одну із сторін об'єкта аналізу, і в свою чергу дозволяє сформулювати необхідний обсяг інформації для проведення наступного етапу аналізу.

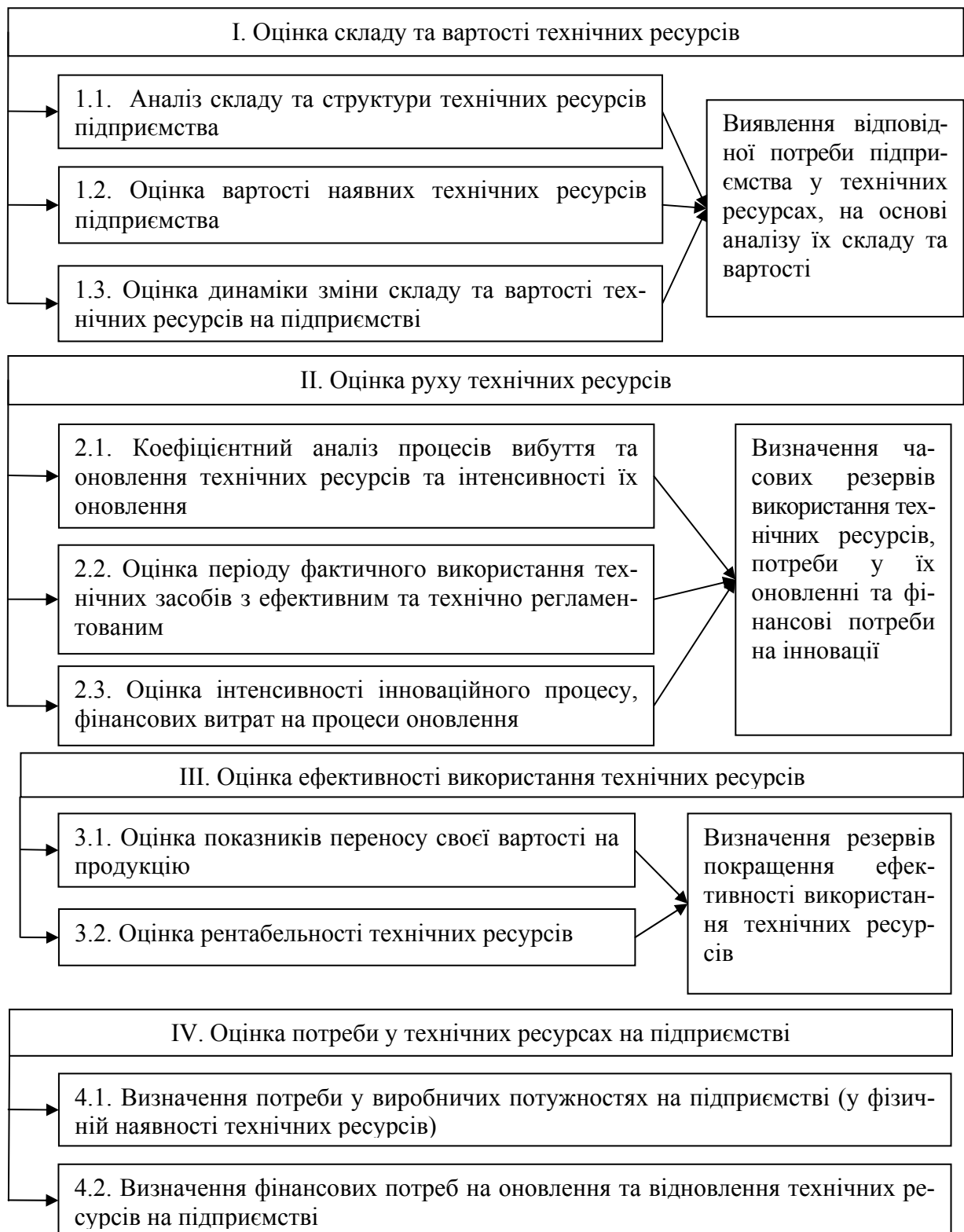


Рис. 1. Система безпосереднього економічного аналізу технічних ресурсів на підприємстві

В кінці кожного етапі аналізу проводиться формування відповідних висновків із отриманої в ході аналізу інформації.

Скиба Т.В.

Житомирський національний агроекологічний університет, Україна

ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Сільське підприємництво виступає рушієм сільського економічного розвитку, що спонукає до трансформації економічного, соціального і культурного життя селян. Розвиток підприємництва відкриває нові можливості для розбудови сільської економіки, підвищення рівня життя, зростання зайнятості та поліпшення добробуту населення, повноцінному використанню людського ресурсу, що, в свою чергу, посприяло ангажованості жіночої частини населення до підприємницьких процесів на селі.

Актуалізація проблем гендерної рівності в бізнесі зумовлено низкою об'єктивних чинників. Насамперед, слід зауважити, що рівень правової обізнаності населення України стрімко зростає. Ця позитивна тенденція так чи інакше торкається розвитку зацікавленості гендерними питаннями. По-друге, спостерігається серйозна зміна соціальних ролей, що їх відіграють у суспільстві чоловіки та жінки. Зростаюча кількість успішних жінок, які займаються малим, середнім та великим бізнесом, підтверджує цей висновок. З іншого боку, заслуговує на увагу і той факт, що відтворювати підприємницькі ідеї у сучасних умовах, не враховуючи гендерних особливостей робітників, постачальників, покупців та інших учасників ринку, стає неможливо [1].

При здійсненні підприємницької діяльності жінки стикаються з багатьма обмеженнями: складністю економічного становища, що зумовлено нерівністю можливостей у прикладанні праці, обмеженим вибором роду занять, гендерними відмінностями у розподілі доходів та оплаті праці, збереженням стереотипної позиції меншовартості жінок. При цьому спостерігається посилення диференціації в суспільстві та поширення гендерних ролей і відносин, а не здібностей, що аж ніяк не сприяє закріпленню жінки-підприємця в якості повноправного учасника економічних відносин.

Залучення їх до підприємницької діяльності у сільській місцевості дозволяє заповнити майже всі ринкові ніші на селі, забезпечуючи, таким чином, максимальне задоволення потреб сільських і міських жителів. Традиційна зайнятість жінок-підприємців охоплює в основному такі сфери як роздрібна торгівля, громадське харчування, юридичні, кравецькі, косметичні, перукарські, пекарські та іншого роду послуги, а також догляд за дітьми, проведення урочистих подій, організація дозвілля. Водночас, становлення жіночого підприємництва в умовах сільського економічного простору відбувається виключно за рахунок реалізації їх бізнес-ініціатив, а не як результат дії державної політики підтримки розвитку підприємництва чи спеціальних державних програм.

Прагнення жінки реалізувати себе, свої вміння та навички також підкріплюється бажанням здобути економічну незалежність, поліпшити матеріальне становище родини. Застарілі стереотипи у суспільній свідомості стримують входження представниць жіночої статі до категорії економічно активного населення, обмежують можливості кар'єрного зростання та вкрай негативно відображаються на їх сімейних відносинах щойно вони досягають перших бізнесових успіхів.

Окрім того, у сільській місцевості гендерна нерівність проявляється набагато яскравіше, ніж у містах, через відсутність доступу до фінансових ресурсів, можливості отримання консультаційних послуг, забезпечення інформацією, слабку взаємодію із зовнішнім середовищем. Основною ж проблемою на шляху розвитку сільського підприємництва виступає суто декларативний характер забезпечення гендерної рівності та формальність прав жінок.

Для вирішення цих проблем потрібно усунути подвійні стандарти щодо ведення сільського підприємництва з метою встановлення гендерного паритету в заданій сфері. Це дасть змогу наповнити новим змістом явище жіночого підприємництва та сприятиме утвердженню жінки в якості повноцінного та рівноправного учасника економічних відносин.

Рівне представлення чоловіків і жінок щодо зайнятості за професійними групами спостерігається лише серед працівників найпростіших професій. Домінування зайнятих чоловіків притаманне професійним групам, що належать до робітничих професій, а також законодавцям, вищим державним службовцям і керівникам. Поглиблення диспаритету має місце у більшості професійних груп, крім спеціалістів і працівників, зайнятих у сфері обслуговування та торгівлі [2].

Досягнення гендерної збалансованості у сільському підприємстві неможливе без достатнього знання існуючої ситуації в цій сфері зайнятості. Таким чином, вирівнювання становища жінок та чоловіків – суб'єктів підприємницької діяльності на селі – потребує концентрації зусиль на розробці спеціальних програм, що дадуть змогу задовольнити економічні потреби сільських жінок; проведенні заходів з підвищення їх здатності конкурувати; формування доступу до фінансових ресурсів, необхідних для організації жінками індивідуальної трудової діяльності; забезпеченні умов для підвищення кваліфікації або перенавчання; наданні допомоги в отриманні додаткових знань і професійної підготовки при започаткуванні нової справи, а також підтримці розвитку соціальної сфери та сфери послуг як місць прикладання переважно жіночої праці. Крім того, сучасний стан сільських територій, що дозволяє характеризувати їх як “умовно сприятливе” середовище для започаткування підприємницької діяльності, доводить, що вміння вести справи полягає не лише у використанні сильних, а й у вмінні перетворювати слабкі сторони в беззаперечні переваги власного бізнесу, що властиве не лише чоловікам, а й жінкам. Отже, гендерний розріз проблеми розвитку сільського підприємництва засвідчує перспективність даного виду діяльності як для чоловіків, так і жінок.

Список використаних джерел:

1. Ромахова О. Особливості підготовки підприємців з питань гендерної рівності / О. Ромахова // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції “Гендерна освіта – ресурс розвитку паритетної демократії”, 27–29 квітня 2011 р. – С. 268.
2. Чепурко Г. Гендерна рівність у світі праці в Україні / Г. Чепурко // Міжнародне бюро праці, група технічної підтримки з питань гідної праці та Бюро МОП для країн Центральної та Східної Європи. – К.: МБП, 2010. – С. 11.

К.э.н. Солдатов А.Н., Голубева К.А.

Уральский федеральный университет

имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Российская Федерация

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА АНАЛИЗА РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ

Анализ рынка недвижимости предполагает его идентификацию и интерпретацию, исходя из полезности недвижимости, ее наличия на рынке, а также предпочтений сторон сделки и покупательной способности. Тем не менее, в аналитике далеко не всегда приводятся характеристики, которые могут непосредственно влиять на цену. В частности, это касается таких данных, как плотность продаж, количество объектов, одновременно выставленных на продажу, частота обновления рынка. Совершенно не приводятся данные по времени экспозиции объектов на рынке и иные параметры, на основании которых можно судить как о тенденциях рынка недвижимости, так и о соответствии отчетов об оценке объектов реальному состоянию цен.

Приемы и методы анализа рынка достаточно разнообразны и зависят от рассматриваемого параметра и конкретных потребностей заказчика. В известных подходах по проведению оценки нет единого мнения о том, как должны увязываться данные анализа рынка с оцениваемой недвижимостью. Тем не менее, можно выделить два подхода к анализу рынка, каждый из которых предполагает рассмотрение всего спектра факторов:

1) проведение анализа от общего состояния экономики к конкретной недвижимости;

2) анализ от конкретного объекта к общему положению дел в экономике.

В первом случае аналитики начинают с изучения рынка.

При проведении анализа вначале необходимо осуществить оценку рыночного равновесия. Данные о занятости и доходе населения могут быть использованы в качестве индикаторов спроса, а текущая информация об объеме доступной площади помещений и строительства – для оценки предложения недвижи-

мости со стороны конкурентов. На основе сопоставления спроса и предложения оценщик может сделать вывод о наличии равновесия на рынке недвижимости и перспективах сохранения такой ситуации.

Далее необходимо провести анализ вероятного альтернативного использования недвижимости, дать оценку рыночной реакции на данный вариант и определить степень ее влияния на стоимость изучаемого объекта. Для этого следует изучить физические и юридические характеристики оцениваемой недвижимости, а также ее местоположение. В результате появляется возможность формирования заключения о наиболее эффективном использовании оцениваемого объекта недвижимости.

Второй подход предполагает, что рыночный анализ следует начинать с изучения параметров оцениваемого объекта недвижимости, которые формируют его доходность и конкурентоспособность на конкретном рынке.

Вначале необходимо изучить физические, законодательные, нормативные и местные характеристики недвижимости, что позволит определить потенциальных участников рынка (покупателей, продавцов, пользователей, арендаторов и т.д.) и, в конечном счете, оценить динамику спроса и предложения на конкретном сегменте рынка недвижимости. Затем следует проанализировать рыночные данные текущего и будущего спроса, объем доступного и предполагаемого предложения, определить степень рыночного равновесия и сформировать прогноз конъюнктуры рынка с учетом наиболее важных факторов (изменение численности, доходности и занятости населения, объем розничной торговли и т. д.).

На следующем этапе оценки необходимо выявить наиболее вероятные варианты использования недвижимости с точки зрения текущей и перспективной рыночной поддержки.

Следует отметить, что местоположение недвижимости является одним из ключевых параметров, определяющих его стоимость. Даже простое визуальное отражение распределения объектов по городской территории дает наглядное качественное представление о плотности предложений на продажу или аренду.

Существенным элементом подготовки исходной информации для дальнейшей статистической обработки является усиление фактора территориальной привязки и перевод из качественных показателей оценки в количественные. С этой целью необходимо разбить всю исследуемую территорию сеткой квадратов с шагом для городской территории, например, 2 км.

Шаг сетки в 2 км был выбран не случайно, а исходя из примерно одинаковой шаговой доступности всех однотипных объектов, находящихся внутри квадрата. Тем самым снимается необходимость вводить поправку на неравномерность транспортной доступности для каждого квадрата.

Первоначальная обработка дает следующие показатели:

- количество объектов, выставленных на продажу или в аренду;
- средняя стоимость 1 кв. м;
- среднеквадратическое отклонение.

Немаловажной характеристикой рынка является его динамика, т.е. совокупность параметров, характеризующих обновление за равные периоды времени. Для каждого квадрата возможен расчет следующих величин за одинаковый период расчета (например, месяц):

- ушло с рынка объектов в абсолютной величине;
- пришло новых объектов в абсолютной величине.

На сетке это выглядит следующим образом: в числителе – количество пришедших объектов, в знаменателе – количество ушедших объектов.

Исследование динамики рынка не может считаться полным, если не исследуется такой параметр как время экспозиции. С этой целью вся совокупность объектов, ушедших с рынка в данном квадрате за месяц, ранжируется по срокам пребывания на рынке (до 3 месяцев, 3–6, 6–9, 9–12 и более 12 месяцев), средней цене ухода с рынка и, соответственно, среднеквадратическому отклонению. Такой подход позволяет судить об эластичности рынка на данный момент времени.

Дальнейшее развитие предложенного выше территориального распределения цен позволяет получить так называемый ценовой рельеф территории. Для

построения ценового рельефа в данном случае используется метод интерполяции Криге с применением линейной модели вариограммы. При нанесении полученных таким образом изокост (линий равных цен, подобно изолиниям в географическом рельефе) на карту города возникает возможность сформировать ценовые пояса на основании реальных рыночных данных. Такой метод позволяет оценить уровень цен также и в тех квадратах, по которым на данный момент нет предложений.

Применение изложенных выше подходов, по нашему мнению, может позволить существенно сократить время на проведение анализа рынка недвижимости и повысить точность расчетов или их проверок при оценке объектов.

Список использованных источников:

1. Грибовский С.В. Оценка стоимости недвижимости: учебник для студентов ВУЗов, обучающихся по экономическим специальностям / С.В. Грибовский, И.Е. Николаевна. – М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003.
2. О методах подготовки информации для анализа рынка недвижимости // Недвижимость. – 2012. – № 11. – 19 марта. – С. 303–305.

Стеців С.Р.

Національний університет «Львівська політехніка», Україна

РОЛЬ ЛАГІВ У ФОРМУВАННІ МЕТОДУ РОЗПІЗНАВАННЯ ЗМІН В ПРОЦЕСІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Потреба підприємства у впровадженні змін виникає під впливом факторів його зовнішнього та внутрішнього середовища. Рушійною силою ефективного впровадження змін на підприємстві є, безумовно, чітке розуміння їх напрямку та виду. На сьогодні не дослідженим залишається питання розроблення методу ідентифікації змін, який базується на врахуванні впливу цих факторів.

При врахуванні впливу середньогалузевих показників та зацікавлених груп на діяльність підприємства слід зауважити, що вкрай рідко цей вплив є миттєвим. В такому випадку виникає часовий лаг, що передбачає отримання резуль-

татів діяльності лише через певний часовий проміжок після дії факторів впливу на них. У будівництві лаг – це усереднений період часу, що розпочинається від моменту здійснення перших інвестицій та завершується отриманням перших надходжень [1, с. 106]. В інноваційній діяльності лаг – це час від розроблення наукових пропозицій до практичного впровадження інновацій [2, с. 27]. Як у будівництві, так і в інноваційній діяльності скорочення лагів сприяє зростанню економічних ефектів від реалізації проектів. У нашому випадку, лаг впровадження змін – це період часу від моменту виявлення зрушень у результатах діяльності під впливом зовнішнього середовища до отримання очікуваної динаміки показників фінансово-економічного стану підприємства за допомогою впровадження різного виду змін. Чітко визначити тривалість періоду такого впливу є складно, адже період часу впливу галузі та зацікавлених груп залежить від низки чинників, зокрема:

- конкуренції в галузі: більш конкурентне середовище змушує підприємства діяти оперативніше, реагувати значно швидше на зміни. Значно коротшим є період впливу зовнішніх факторів у сфері інформаційних технологій, наукоємних галузях;
- темпів розвитку галузі. Чим бурхливішим є розвиток галузі, тим інтенсивнішою є боротьба за споживача. Це зумовлює підприємства оновлювати продукцію частіше та з врахуванням соціальних вимог та потреб;
- рівня інноваційності ринку. У [2, с. 28] наголошено на залежності рівня інноваційності галузі від стадії її розвитку. У «молодих» галузях значно коротший проміжок часу, через який відбувається вплив зовнішнього середовища на результати діяльності, ніж в «старих»;
- зміни вимог зацікавлених груп до властивостей продукту, якості послуг, умов праці та ін., зумовлені змінами суспільної думки;
- наявність специфічних та унікальних ресурсів, конкурентних переваг та маркетингових можливостей у підприємства тощо.

Очевидною ознакою сприятливого чи несприятливого впливу вищезазначених факторів на результати діяльності є динаміка показників підприємства за

звітний період: квартал чи рік. На рис. 1 наведено два можливих варіанти поведінки підприємства щодо управління змінами з врахуванням фактора часу.

A_1	↓	(t ₁) Проміжок часу, через який відбувається вплив зовнішніх та внутрішніх зацікавлених груп на діяльність підприємства	↓
(y)		(y) Результуючі показники діяльності	(y)
A_2	↑	(t ₂) Час на прийняття управлінського рішення про необхідність чи відсутність потреби у впровадженні змін на підприємстві	↑
		(t ₃) Час на ідентифікацію необхідних змін	
		(t ₄) Початок впровадження змін	
I			II

Рис. 1. Зміна результуючих показників діяльності підприємства з врахуванням фактора часу

Умовні позначення: A_1 – зміни у зовнішньому середовищі, які впливають на результуючі показники; t_1 – час, за який зміни у зовнішньому середовищі впливають на результати діяльності; A_2 – впроваджені зміни у внутрішньому середовищі, які впливають на результуючі показники; $(t_2 + t_3 + t_4)$ – час, за який зміни на підприємстві впливають на результати діяльності.

При виборі підприємством варіанту поведінки II зміни впроваджуватись не будуть, що свідчить про незначний або позитивний вплив зовнішніх та внутрішніх зацікавлених груп. За таких умов зникає необхідність у визначенні та скороченні часу на ідентифікацію змін, що не перебуває у центрі уваги даного дослідження. Варіант поведінки I передбачає необхідність проведення змін на підприємстві з метою покращення показників діяльності. На основі впливу A_1 на у формується загальна картина фінансово-економічного стану на підприємстві, що зумовлює необхідність прийняття управлінського рішення про доцільність впровадження змін. У випадку ствердної відповіді виникає потреба в розпізнаванні необхідних змін. Критичний час на впровадження змін складає:

$$T_{кр.} = (t_1 + t_2) + (t_3 + t_4), \quad (1)$$

де $(t_3 + t_4)$ – продуктивна втрата часу;

$(t_1 + t_2)$ – малопродуктивна втрата часу.

Результати діяльності відобразимо наступною функцією:

$$y = f(A_1 t_1 + A_2 (t_2 + t_3 + t_4)) \quad (2)$$

Зміни, що впроваджуються, відображаються на результатах діяльності в процесі їх реалізації, тому на рис.1 t_4 – це початок впровадження змін.

Завданням будь-якого підприємства є оперативне та коректне реагування на зміни у зовнішньому середовищі. Припускаємо, що час t_1 не піддається контролюванню зі сторони підприємства, час t_2 та t_4 є короткотривалими, то таке завдання полягає у скороченні тривалості t_3 . Підсумовуючи вищесказане, наголосимо на необхідності формування методу розпізнавання змін з врахуванням визначених лагів, що був би достовірним та простим в реалізації.

Список використаних джерел:

1. Книжнікова О.О. Комплексне врахування лагу капітальних вкладень при обґрунтуванні проектів / О.О. Книжнікова // Вісник ДНАБА. – 2010. – Вип. 3 (83). – С. 106–110.
2. Князевич А.О. Інноваційний лаг і його роль в інноваційному процесі / А.О. Князевич // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 6 (108). – С. 26–30.

Д.э.н. Якимчук С.В., Пашова А.М.

*Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Российская Федерация*

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В современной России механизм стратегического управления находится в стадии становления. При этом отечественные и международные аналитики считают, что российский рынок вступил в стадию, когда отсутствие разработанной стратегии мешает предприятиям на каждом шагу. В командной экономике при разработке своих планов предприятие получало сверху информацию о номенклатуре производимой продукции, поставщиках и потребителях, ценах на свою продукцию, много других показателей и нормативов, которые автоматически закладывались в основу разработки планов. Сама плановая работа сводилась к

поиску эффективных путей выполнения заданий в условиях достаточно прогнозируемой внешней среды. Такая задача остается и в переходной экономике, но в условиях рынка это только часть плановой работы.

Теперь предприятие должно само определять и прогнозировать параметры внешней среды, ассортимент продукции и услуг, цены, поставщиков, рынки сбыта, а самое главное – свои долгосрочные цели и стратегию их достижения. Эту часть плановой работы и охватывает разработка стратегического плана. Сиюминутные стратегические решения, которые принесли некоторым компаниям успех в начале 90-х годов XX века, теперь не работают, многие новые компании исчезли или, достигнув определенного уровня, перестали расти. Поэтому как руководители новых компаний, так и директора многих бывших государственных предприятий начинают понимать необходимость формирования стратегии развития предприятия. Этому способствует идентификация предприятия как целостной обособленной системы, определение новых целевых установок и интересов предприятия и его работников.

Быстрые изменения внешней среды отечественных предприятий также стимулируют появление новых методов, систем и подходов к управлению. Если внешняя среда практически стабильна, то нет особой нужды заниматься стратегическим управлением. Однако в настоящее время большинство российских предприятий работают в быстро изменяющемся и трудно предсказуемом окружении, следовательно, нуждаются в методах эффективного стратегического управления [2].

Ясное и четкое представление о сущности стратегического управления можно получить, осознав его составляющие. На наш взгляд, можно выделить семь граней – семь «ликов» – проявления стратегического управления как идеи эффективного руководства системой в современных экономических условиях.

Первую грань стратегического управления можно определить как целенаправленное творчество компетентной и высокомотивированной команды руководителей (в первую очередь, высшего звена) и сотрудников предприятия. Но команда состоит не только из руководителей. Каждый сотрудник предприятия в

этом процессе должен являться источником творчества, что, в конечном итоге, обеспечит предприятию рост его благосостояния. Поэтому достижение творческого максимума (синергии) в организации не возможно без высокой мотивации сотрудников и реализации на всех уровнях функционирования предприятия принципа ценности человеческих качеств сотрудников.

Вторую грань стратегического управления можно представить как философию бизнеса и менеджмента, благодаря которой предприятие на основе законов организации и самоорганизации сможет добиться снижения хаоса (энтропии) и увеличения порядка (синергии). В самоорганизующихся системах упорядоченность возникает в результате образования кооперационных процессов из беспорядка, свойственного неравновесному, неустойчивому состоянию. На предприятии, где действуют люди, обладающие сознанием, самоорганизация дополняется внешней организацией, управляемой сознанием и волей людей.

Третья грань стратегического управления характеризует его как эволюционный этап развития системы корпоративного планирования, которая естественно связана с эволюцией уровня знаний в менеджменте и включает элементы всех предшествующих систем управления. Предполагается составление бюджетов, использование экстраполяции для оценки относительно стабильных факторов, применение элементов стратегического планирования, а также усовершенствования, необходимые для адаптации стратегических решений в реальном масштабе времени.

Четвертая грань стратегического управления представляет собой динамическую совокупность взаимосвязанных управленческих процессов принятия и осуществления решений, с целью сохранения конкурентных преимуществ предприятия в долгосрочной перспективе, на основе моделей стратегического управления. В данной модели необходимо отметить несколько важных, на наш взгляд, аспектов процесса стратегического управления:

- существует устойчивая обратная связь и, соответственно, обратное влияние каждого процесса на все остальные и на всю их совокупность [3];
- процесс стратегического выполнения означает не только реализацию разработанных и корректируемых планов, но и одновременное проведение стратегических изменений, формирование и мобилизацию ресурсов [3];

– в процессе стратегического анализа используются модели стратегического планирования и выбора позиции в конкуренции [4];

– процесс стратегического контроля придает вышеописанной модели динамическую гибкость, обеспечивая своевременную и адекватную реакцию организации на непредсказанные быстроразвивающиеся события и слабые сигналы из внутренней и внешней среды. Здесь используются модели ранжирования стратегических задач и управления по слабым сигналам [4].

Пятая грань характеризует стратегическое управление как систему интегрированного внутрифирменного планирования [5], обеспечивающую равновесие между стратегической и текущей ориентацией деятельности предприятия на основе координации стратегических, среднесрочных и тактических планов. Реакция предприятия на изменения внутренней и внешней среды является двойственной: долговременной и оперативной одновременно. Долговременная реакция закладывается в стратегические планы, оперативная реализуется в реальном режиме времени. В результате получается, что процесс управления предприятием (как сложной системой) становится в большей степени упреждающим, чем реактивным, т. е. предприятие пытается воздействовать на события во внешнем и внутреннем окружении. Это доказывает тот факт, что уровни микроэкономического и макроэкономического функционирования экономики находятся в тесной взаимосвязи.

Шестая грань – это реализация идеи стратегического управления на основе маркетингового подхода. В современных условиях концепция маркетинга представляет собой «маркетинг отношений», т. е. всестороннее развитие отношений с потребителем с целью максимального удовлетворения его потребностей. Следует отметить, что жесткая конкуренция постепенно сменяется кооперационными связями между бывшими конкурентами. И это вероятно шаг к интеграции их деятельности в будущем.

Седьмая грань – это совокупность процедур, обеспечивающих функционирование системы стратегического управления предприятия: процедура осуществления процесса планирования и порядок действий при планировании;

состав команды плановиков; график и содержание совещаний по планированию; система контроля, которая должна содержать систему отчетности и структуру совещаний.

По нашему мнению, такой подход к пониманию и осознанию идеи формирования стратегического управления предприятием в современных экономических условиях поможет высшим руководителям российских предприятий в совершенствовании систем управления. Осознание высшим менеджментом сущности стратегического управления как необходимого принципа сохранения и развития предприятия – актуальная проблема микроэкономики современной России.

Список использованных источников:

1. Велесько Е. Стратегический менеджмент / Е. Велесько, А. Неправский. – Мн.: БГЭУ, 2009. – 307 с.
2. Маркова В. Стратегический менеджмент: курс лекций / В. Маркова, С. Кузнецова. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 2000. – 288 с.
3. Мельничук Д.В. Методологические разработки корпоративного стратегического плана предприятия / Д.В. Мельничук // Маркетинг. – 2000. – № 6 – С. 40–49.
4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина, 2007. – 388 с.
5. 7 нот менеджмента. Настольная книга руководителя / под ред. А. Бочкарева, В. Кондратьева, В. Красновой и др. – М.: Эксмо, 2008. – 365 с.

К.е.н. Басюркіна Н.Й.

Одеська національна академія харчових технологій, Україна

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

На початку ХХІ сторіччя в Україні почали формуватись нові агропромислові структури холдингового типу, виникло таке явище, як кластери і т.п., що є проявом інтеграційних процесів, які відбуваються в агропромисловому секторі. Політичні, економічні та інституційні зміни, які відбулись в країні за останні роки, об'єктивно створили умови і дали імпульс до відродження, становлення і розвитку інтегрованих агропромислових формувань.

На рівні держави та її регіонів законодавчо і організаційно ці процеси поки не відрегульовано. Для функціонування різних типів агропромислових інтеграційних формувань при ефективній діяльності малого і середнього агробізнесу є необхідним створення стабільного зовнішнього і внутрішнього середовища. Тобто, є доцільним створення і підтримка пропорційного розвитку всіх видів підприємств і формувань в АПК, для чого необхідно розуміння суті основних понять їх особливостей і чинників, які характеризують процеси, що відбуваються [1].

Глибинні причини і об'єктивні закономірності інтеграційних процесів в аграрній сфері економіки розкрито в багатьох роботах. Проте інтенсивність їх прояву, напрями і характер зв'язків на кожному етапі історичного розвитку визначаються системою взаємодії і взаємовідносин різних рівнів, які формують передумови посилення або стримування інтеграційних процесів та їх еволюцію [1].

Рішення суб'єкта господарювання про об'єднання формується під впливом комплексу зовнішніх і внутрішніх чинників на трьох рівнях (табл. 1) [2].

При цьому зовнішні чинники макро- і метарівня мають об'єктивний характер і не піддаються впливу з боку учасників інтеграційних процесів. В ході створення і організації діяльності інтегрованих формувань потрібно максимально адаптуватись до умов їх дії.

**Таблиця 1. Чинники розвитку інтеграційних процесів
в агропромисловій сфері економіки**

Чинники впливу	Зовнішні		Внутрішні на мікрорівні
	на макрорівні	на метарівні	
Ринкові	Попит, пропозиція, конкуренція на внутрішньому і міжнародному ринках	Кон'юнктура ринку та її визначальні елементи, розвиток транзакційного сектору	Поведінка товаровиробників на ринку
Державного регулювання	Політична стабільність. Нормативно-правова база. Кредитна і податкова політика. Регулювання експорту і імпорту	Методи і інструменти регулювання органів державного управління агропродовольчою сферою	Безпосередня участь в інтегрованих формуваннях
Інституціональні	Розвиток інституту приватної власності, свобода укладання угод	Формальні і неформальні інститути, які регламентують діяльність господарюючих суб'єктів	Трансформація мислення, стереотипів поведінки і ціннісних орієнтирів суб'єктів ринку

Чинники макрорівня створюють рамкові умови здійснення інтеграційних стосунків, які регулюють саму їх можливість. До них, в першу чергу, відносяться: нормативно-правова база, яка регулює взаємовідносини суб'єктів ринку, анти-монопольне законодавство; кредитна і податкова політика; умови експорту і імпорту, рівень фінансової і матеріально-технічної підтримки сільського господарства державою.

На можливість і успішність реалізації інтеграційних процесів в аграрній сфері суттєво впливають чинники метарівня. До них відносяться співвідношення попиту і пропозиції на регіональних агропродовольчих ринках, рівень розвитку транзакційного сектору, надійність контрактів і характер взаємодії з підприємствами, які поставляють виробничі ресурси і здійснюють закупівлі сільськогосподарської сировини; відношення регіональних органів управління до інтеграції в агропродовольчому секторі; форми і обсяги підтримки з регіонального бюджету. Ці чинники є частково керованими з боку учасників інтеграційних процесів.

Внутрішні чинники класифікуються як керовані і діють на мікрорівні. Вони характеризують виробничі, фінансові та економічні умови діяльності суб'єктів ринку. До виробничих чинників відносять рівень концентрації, інтенсифікації, спеціалізації виробництва; до економічних – наявність внутрішніх джерел відтво-

рювального розвитку, рівень транзакційних витрат, якість менеджменту і т.д.; до фінансових – фінансовий стан учасників об'єднання. На стадії ухвалення рішення про інтеграцію внутрішні чинники мають найбільш суттєве значення. Саме вони визначають привабливість суб'єкта ринку для об'єднання, формують параметри інтегрованої структури.

Сукупний вплив чинників, які створюють передумови розвитку інтеграційних процесів, здійснюється одночасно на всіх вказаних рівнях. Чинники активізації та реалізації інтеграційних процесів взаємозв'язані, взаємозалежні і відбивають інституціональні, ринкові, виробничі, економічні, фінансові умови діяльності господарюючих суб'єктів. Під їх дією складається певна сукупність умов і причинно-наслідкових чинників, які визначають мотивацію суб'єктів ринку до об'єднання. Ретельне вивчення і виділення найбільш суттєвих з них дозволяє прогнозувати перспективи розвитку інтеграції, цілеспрямовано вибудовувати передумови посилення або стримування об'єднувальних процесів.

Всебічне вивчення чинників, які формують передумови створення інтегрованих структур в сучасному сільському господарстві, дозволяє виділити найбільш значимі з них. Зовнішні: посилення конкуренції; тенденції міжнародного руху капіталу; членство України в СОТ; ріст економічної активності суб'єктів ринку; недостатній розвиток інститутів інфраструктури аграрного ринку; передбачуваність умов господарювання, регульована кредитною і податковою політикою. Внутрішні: потенційно висока інвестиційна привабливість агропромислових підприємств; потреба у вдосконаленні технологій, формуванні відтворювального потенціалу сільськогосподарських організацій; зміцнення їх фінансової стійкості, необхідність розширення джерел фінансового забезпечення інвестиційного процесу в агропромисловому секторі.

Список використаних джерел:

1. Басюркіна Н.Й. Методологічні основи агропромислової інтеграції / Н.Й. Басюркіна // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. – 2012. – № 45. – С. 159–168.
2. Лещева М.Г. Развитие интеграционных процессов в аграрной сфере экономики / М.Г. Лещева, В.И. Трухачев. – Ставрополь: АГРУС, 2008. – 308 с.

Безнесюк Я.М.

Одеський національний економічний університет, Україна

СИРОВИННИЙ РЕСУРС ЯК ДОМІНУЮЧИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОБНОЇ ГАЛУЗІ

Для кожної країни однією з життєво важливих питань є проблема задоволення населення необхідними продуктами харчування. Від цього, залежить рівень забезпеченості продовольчої безпеки країни, яка є важливою складовою національної безпеки.

Низький рівень ефективності виробництва продуктів харчування за рядом показників погіршується. Тому проблема ефективного функціонування як виробників сировини так і переробних підприємств є актуальною і вимагає пошуку науково обґрунтованих механізмів її вирішення [1]. Особливо гостро проблема вирішення питання забезпеченості сировинними ресурсами постає в м'ясопереробній галузі, для якої формування сировинного потенціалу є терміновим завданням. Вирішення цієї проблеми дасть змогу створити реальні передумови для покращення кількісних та якісних показників розвитку м'ясопереробної галузі.

Дослідження міжгалузевих зв'язків партнерів по виробництву і переробці продуктів харчування показали, що ефективність роботи переробних підприємств у сучасних умовах, їхня економічна стабільність залежать від сформованих взаємовідносин, стабільності сировинної бази [2].

Найбільш проблемним сировинним ресурсом сьогодення є сировина для виробництва м'ясної продукції до якої відноситься продукція тваринництва. За період 1990 року обсяг голів ВРХ постійно зменшується. В 2011 році по відношенню до 1990 року кількість голів ВРХ становить лише 18,25%, корів та свиней відповідно 31,5% та 40,98%. Така динаміка свідчить про нездатність агросектора забезпечити вітчизняною переробні підприємства відповідної галузі.

Динаміка поголів'я ВРХ, корів та свиней по Україні наведена рис. 1.

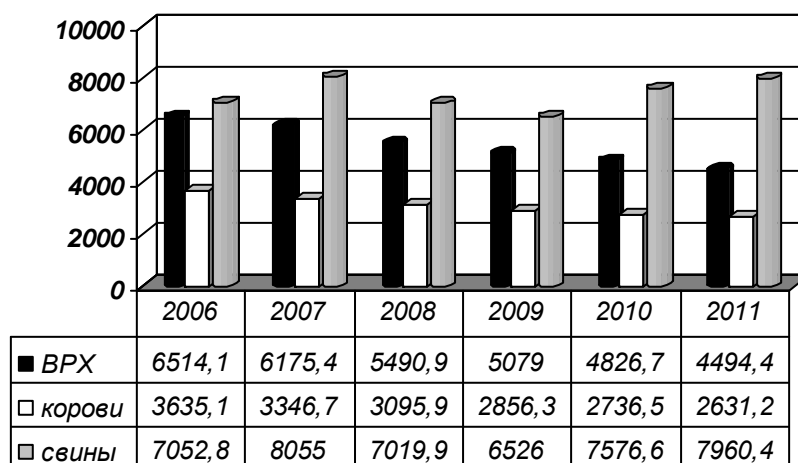


Рис. 1. Динаміка поголів'я тваринництва за 2006–2011 роки [3]

Як свідчать дані наведеного рис. 1, поголів'я ВРХ взагалі та корови, зокрема, мають постійну тенденцію до зниження. В той же час зростає частка виробництва свинини. Ці дві тенденції є прямим відображенням динаміки зміни поголів'я великої рогатої худоби і свиней. Ситуація, що склалася негативно впливає як на обсяги виробництва так і на споживання м'ясної продукції, яке зменшилось по відношенню до 1990 року майже вдвічі.

Сьогодні, в умовах постійних змін у розвитку ринку сировини та існуючої необхідності формування цивілізованих правил гри на цьому ринку, виникає необхідність в постійному аналізі тенденцій ринку сировини, прогнозі його розвитку і рішенні проблем пов'язаних із забезпеченням підприємств харчової промисловості в необхідному об'ємі високоякісною сировиною.

У даний час всі ланки виробництва продукції, від виробництва сировини до готової продукції, функціонують у режимі організаційного відокремлення і кожний суб'єкт керується своїми господарськими інтересами. Побудувати єдину економічну політику можна тільки на базі спільних економічних інтересів. Одним із важливих шляхів у вирішенні цього складного завдання є інтеграція між виробниками сировини та м'ясопереробними підприємствами. Інтеграція повинна об'єднати процеси спеціалізації, концентрації, кооперації та комбінування виробництва м'ясних продуктів, що дозволить органічно поєднати виробництво сировини з промисловою переробкою, транспортуванням та зберіганням.

На практиці склалося так, що одиниця виробленої сирії продукції завжди оцінювалася нижче, ніж одиниця виготовленого напівфабрикату або готового товару.

В умовах, коли позитивні кінцеві результати отримують тільки переробні підприємства, сільськогосподарським товаровиробникам стає все більш невідповідно виробництво і продаж сировини. Саме це обумовлює необхідність їх інтеграції, яка повинна ґрунтуватися на чіткому визначенні матеріально-грошової участі кожного партнера у всьому технологічному циклі від виробництва сировини до отримання кінцевого продукту.

Проведені дослідження на ринку м'ясних продуктів показали, що їх виробництво залежить від рівня співробітництва з виробниками сировини та станом забезпечення сировиною м'ясопереробних підприємств. На жаль, організаційна відокремленість аграрних галузей породжує низку проблем, вирішення яких можливо завдяки розвитку інтеграційних процесів та формування інтеграційних об'єднань.

Виходячи з результатів аналізу ринку м'ясних продуктів головним завданням переробних підприємств на сучасному етапі має стати збільшення обсягів виробництва якісної продукції, розширення асортименту, модернізація виробництва, зниження собівартості готової продукції, тощо. Однак усі ці завдання неможливо виконати без розвиненої сировинної бази. Саме сировинні ресурси є головним чинником сталого розвитку підприємств що виробляють харчові продукти та забезпечують продовольчу безпеку держави.

Список використаних джерел:

1. Апапій В.В. Торгівля в системі міжгалузевого обміну АПК / В.В. Апапій // Економіка АПК. – 2008. – № 7. – С. 111–116.
2. Левчук Н.И. Состояние и проблемы развития рынка мясной продукции в Украине / Н.И. Левчук // Мясное дело. – 2007. – № 3. – С. 38–41.
3. Статистичний збірник за 2010 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Дуранова Т.А.

Одеський національний економічний університет, Україна

ПРОБЛЕМИ СИРОВИННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Підприємства олійно-жирової промисловості забезпечують потреби внутрішнього ринку й постійно нарощують виробництво та розширюють світову географію експорту. Проте для максимальної реалізації економічних можливостей розвитку олійно-жирового комплексу та зміцнення його позицій на внутрішньому та зовнішньому ринках необхідно вирішити низку проблем, пов'язаних з раціональним нарощуванням сировинного забезпечення та переробного комплексу, підвищенням ефективності їх функціонування, вдосконаленням регуляторної політики держави.

Розвиток світового виробництва олійної продукції, виступає одним з головних факторів впливу на нарощування виробництва олійного насіння та чинником, який стимулює вітчизняних виробників олійних культур формувати ринкову пропозицію на олійно-жирову продукцію. На сьогодні Україна є найбільшим виробником соняшникової олії та експортером в світі, її частка в світовому виробництві складає 26%, а частка експорту складає 54%.

Але Україна набула статусу лідера поставок соняшникової олії в світі відносно недавно. До 1998/99 МР її частка не перевищувала 7–8%, але завдяки протекціоністській державній політиці, що була направлена на обмеження експорту насіння соняшнику та максимальне перероблення всередині країни, вже наступного маркетингового року експорт збільшився вдвічі [1].

Експорт нерафінованої соняшникової олії на протязі 2010/11 МР склав 2653,0 тис. тонн, що на 8 тис. тонн більше відносно 2009/10 МР. Основними покупцями нерафінованої соняшникової олії стали Індія (717,31 тис. тонн), Турція (308,55 тис. тонн), Єгипет (212,55 тис. тонн), на частку яких доводиться 50% загального експортованого із України обсягу.

На сьогоднішній день Україна повністю задовольняє свої потреби в рослинній олії, на внутрішній ринок в 2010/11 МР було поставлено 300,8 тис. тонн

олії соняшникової. Річне споживання олії складає близько 15 кг, хоча науково обґрунтована норма складає 13 кг.

Доцільно проаналізувати динаміку виробництва рослинних олій в Україні табл. 1 [3]. Найбільші показники виробництва олій спостерігаються у 2010/11 МР, так сукупне виробництво олій склало 3022,5 тис. тонн, а виробництво соняшникової олії – 2950,2 тис. тонн.

Аналіз даних табл. 1 підтверджує, що саме завдяки соняшникової олії сукупне виробництво рослинних олій в Україні стабільно зростає, а виробництво ріпакової, соєвої та інших видів олії має нестабільну динаміку та незначні обсяги.

Спостерігається тенденція до зниження обсягів виробництва ріпакової олії, так як відсутні дієві заходи по максимальному залученню для переробки на вітчизняних підприємствах насіння ріпаку та стабільний попит на насіння ріпаку з боку країн ЄС для виробництва біодизеля, щорічно з України експортується більше 90% врожаю. Обсяги переробки залишаються незначними [3].

Таблиця 1. Динаміка виробництва рослинної олії в Україні за 2007–2010 рр. та 2010/2011 МР, тис. тонн

Показники	Роки				
	2007	2008	2009	2010	2010/11 МР
Вироблено олії всього	2293,8	1914,3	2763,1	3011,0	3022,5
в тому числі:					
соняшникової	2230,0	1822,1	2717,8	2945,5	2950,2
ріпакової	20,1	32,7	4,7	0,263	0,9
соєвої	9,5	18,4	38,0	46,4	50,0
Олії рафінованої	559,2	574,1	556,8	569,1	567,6
Олії фасованої	311,8	313,0	219,4	206,4	202,8

На відміну від ріпакової олії, соєва олія в останні роки має тенденцію до збільшення. Вітчизняні виробники наростили обсяги випуску соєвої олії і уклали вигідні контракти з імпортерами з Італії, Росії, Греції та Туреччини. Так виробництво соєвої олії в 2010/11 МР склало 50 тис. тонн, а експортовано за цей період 43,3 тис. тонн.

Важливе значення для олійно-жирової промисловості мають об'єми виробленої сировини.

В табл. 2 представимо виробництво основних олійних культур в Україні за 2007–2011 роки [2].

Виробництво насіння соняшника в 2011 році склало 8671 тис. тонн, це на 107,7% більше відносно показника 2007 року. Це відбулося як за рахунок збільшення посівної площі, так і за рахунок збільшення врожайності. Україна в 2011 році досягла рекордної врожайності насіння соняшника за 20 років, вона склала 18,4 ц/га, це на 50,8% вище відносно показника врожайності 2007 року.

У 2011 році також зріс валовий збір сої який склав 2264,4 тис. тонн, це також відбулось завдяки розширенню посівних площ на 527,3 тис. га та підвищення врожайності сої на 64,5% в порівнянні з 2007 роком.

Відносно ріпаку, то спостерігається тенденція починаючи з 2008 року до скорочення як валового збору так і посівних площ.

Таблиця 2. Виробництво основних олійних культур в Україні за 2007–2011 роки*

Показники	Роки					
	2007	2008	2009	2010	2011	в 2011 до 2007 у%
Зібрані площі, тис. га						
Соняшник	3411,4	4279,5	4193,5	4525,8	4739,2	138,9
Соя	583	537,9	622,5	1036,6	1110,3	190,4
Ріпак	799,9	1379,6	1013,7	862,5	832,75	104,1
Валовий збір, тис. тонн						
Соняшник	4174	6526,7	6364	6772	8671	207,7
Соя	722,6	812,8	1043,5	1680,2	2264,4	313,4
Ріпак	1047,4	2872,8	1873,3	1469,7	1437,5	137,2
Урожайність, ц/га						
Соняшник	12,2	15,3	15,2	15,0	18,4	150,8
Соя	12,4	15,1	16,8	16,2	20,4	164,5
Ріпак	13,1	20,8	18,5	17,0	16,5	125,9

*За даними Держкомстату України.

Виробництво насіння соняшника в Україні щорічно збільшується завдяки його високій ліквідності. Так рентабельність виробництва насіння соняшника у 2011 році склала 57,9%. Незважаючи на рекордні обсяги виробництва соняшнику вони з року в рік не можуть наздогнати потужності з переробки українських олійноекстракційних заводів, які також щорічно приростають. Протягом останніх років у переробні потужності соняшнику надходить багато інвестицій. Так потужності по переробці насіння соняшника на початок 2012 року склали

11,5 млн. тон., що в 4 рази перевищують виробничі потужності в 1998 році, коли вони складали всього 2,8 млн. тонн.

Таким чином, на фоні високих темпів розвитку олійно-жирової промисловості України спостерігається надлишок виробничих ресурсів та нестача сировини. Тому для завантаження надлишкових виробничих потужностей потрібно використовувати інші олійні культури, адже багатьма олійно-екстракційними заводами технологічно передбачено переробка насіння сої і ріпаку. Необхідно враховувати кліматичні та організаційно-економічні умови, забезпечувати належне підвищення врожайності та застосовувати інтенсивні технології вирощування олійної сировини.

Список використаних джерел:

1. Оцінка впливу скасування експортного мита на насіння соняшнику на економіку України [Електронний ресурс] / [Х. Штрубенхоф, А. Ліссітса, В. Лапа, С. Кандул]. – Режим доступу: http://www.agribusiness.kiev.ua/img/zstored/files/Report_UKR.pdf
2. «Рослинництво України» Статистичний збірник за 2011 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Экономические показатели работы предприятий масложирового комплекса Украины в 2010/11 МГ // Масложировой комплекс. – 2011. – № 4. – С. 14–17.

Обозная А.А., Полторац А.С.

Европейский университет, Николаевский филиал, Украина

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ОЗДОРОВЛЕНИЯ АПК В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Сегодня общепризнанным фактом является высокий потенциал аграрной отрасли Украины. Агропромышленный комплекс является одной из важнейших отраслей экономики любого государства, дает жизненно необходимую человеку продукцию: основные продукты питания и сырье для выработки предметов потребления. Сельскохозяйственное производство – центральное звено АПК Украины. Так, по итогам 9 месяцев 2011 года самый высокий рост валового продукта показало именно сельское хозяйство – 12,8%. В условиях постоянного роста спроса на продовольствие в мире, перспективы у отрасли очень хорошие.

Чрезвычайно удачен был 2011 год и для аграриев николаевского региона. В январе-сентябре 2011 г. объем производства сельхозпродукции в Николаевской области увеличился на 12,1% в сравнении с 9 месяцами прошлого года. В растениеводстве объемы выросли на 15,2% за счет увеличения производства зерна, кукурузы, подсолнечника, сои, картофеля, овощей, плодоягодных и винограда.

Приоритетным для Николаевской области продолжает оставаться производство зерна. Получено 24,4 млн. тонн зерна, что на 11,1% больше прошлого года. Это вызвано ростом урожайности на 10,2% и расширением посевных площадей на 1,1%. Средняя урожайность – 28,2 ц/га, на 2,6 ц/га больше прошлогоднего. Производство овощей открытого грунта на 1 октября составило 400 тыс. тонн, – рост 29%, плодово-ягодной продукции получено на 31% больше, 40 тыс. тонн, подсолнечника выращено 589 тыс. тонн. Рост в животноводстве составил 103,2% по сравнению с 9 месяцами прошлого года. Рост произошел за счет увеличения объемов производства мяса (29,5 тыс. тонн, на 2,8%) и яиц (481 млн. шт., на 25,5%).

Вместе с тем, нельзя не сказать и о негативных моментах, одно из наиболее уязвимых мест украинского рынка сельхозпродукции заключается в отсутствии полноценной инфраструктуры: современных овощехранилищ, элеваторов, логистических центров по перераспределению товаропотоков, оптовых рынков и т.д.

Структурированность аграрного сектора предполагает и планирование производства, в частности, через систему государственных льгот и дотаций в объемах, утверждаемых на каждый сезон. Такая система действует в Евросоюзе и ряде других стран. Необходимость информационной, методической и маркетинговой помощи в прогнозировании аграрного производства сомнений не вызывает.

Также необходимо сельское хозяйство рассматривать как залог продовольственной безопасности страны, а не источник доходов. Стремление к быстрому обогащению ведет к тому, что из земли выжимаются все соки, нарушается культура земледелия, Украина подталкивается к бесконтрольному выращиванию ради экспорта таких культур, как подсолнечник и рапс, серьезно истощающие легендарные черноземы.

Обеспечить устойчивый экономический рост во всех отраслях сельского хозяйства, а также продовольственную безопасность в стране возможно только

на основе усиления государственного регулирования рационального размещения отраслей по регионам и внутрирегионального размещения по экономическим зонам.

Свободная продажа сельскохозяйственной земли реализация соглашения о зоне свободной торговли с Евросоюзом откроет путь в Украину крупным производителям из Европы и других регионов, со своей техникой и технологиями и налаженными международными рынками сбыта продукции.

Украинские аграрии же в большинстве своем сегодня не готовы выполнять требования ЕС к уровню качества продукции, технические, санитарные, фитосанитарные и иные стандарты. Из николаевских аграриев опыт работы европейских рынков из всех николаевских аграриев пока имеют только "Нибулон", "Сандора" и "Агрофьюжн".

Перспектива у нас одна: поднимать уровень культуры производства – с обучением, подготовкой специалистов и объединением фермеров в деятельные ассоциации, чтобы составить конкуренцию европейским производителям.

Список использованных источников:

1. Міністерство аграрної політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minagro.kiev.ua/page/78638>
2. Програма економічного і соціального розвитку Миколаївської області на 2011–2014 роки «Миколаївщина – 2014» політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oga.mk.ua/publication/content/5435>

К.е.н. Проданчук М.А.

*Буковинський державний фінансово-економічний університет,
м. Чернівці, Україна*

ПОПРОЦЕСНИЙ МЕТОД КАЛЬКУЛЮВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

За об'єктами обліку витрат виділяють попроцесний (по передільний) позамовний методи калькулювання. Даному дослідженню присвятили свої роботи І.А. Басманов, А.С. Бакаев, П.С. Безруких, Ф.Ф. Бутинець, Н.Д. Врублевский,

А.А. Додонова, В.П. Івашкевич, Р.С. Каплан, П.А. Костюк, А.Ш. Маргуліс, В.Ф. Палій, Н.Г. Чумаченко та інші.

Ряд аграрних підприємств у процесі виробництва продукції використовують попередільний метод, який характеризується послідовною переробкою промислової і сільськогосподарської сировини. Особливістю такого виробництва є послідовність технологічних стадій, які називаються переділами. Переділ – це сукупність технологічних операцій, які завершуються виробництвом проміжного продукту (напівфабрикату) або отриманням готової продукції [1].

Суть даного методу полягає в тому, що витрати відображаються в поточному обліку не за видами продукції, а за переділами процесу виробництва. Даний метод притаманний підприємствам що мають масовий характер виробництва продукції з однорідними матеріалами і сировиною та спорідненими технологіями. Об'єктом обліку витрат за використання попередільного методу є кожний самостійний переділ, а об'єктом калькулювання – вид чи група кожного переділу.

Розрізняють простий, або його називають однопредільний метод та багатоступеневий (багатопредільний) метод. Простий метод використовують на тих підприємствах, де випускається один вид продукту. Він характеризується тим, що технологічний процес виробництва продукції від першої операції до останньої відбувається в одному переділі, який і є об'єктом для калькулювання собівартості продукції. Він менш трудомісткий, але не завжди дає можливість обчислити достовірно собівартість.

Багатоступеневий метод характеризується тим, що виробництво продукції на підприємстві поділено на ряд технологічних процесів, які представляють собою переділи, де на кожному із них одержують напівфабрикат, який являється об'єктом для калькулювання. Завершальний етап виробництва продукції відбувається на останньому переділі. У практичній діяльності даний метод трудомісткий. Він вимагає відокремленого обліку витрат не лише за переділами, а й за окремими видами продукції.

Проф. Ф.Ф. Бутинець вказує на те, що попередільний метод на підприємстві може бути організований за одним із наступних варіантів: напівфабрикатним та безнапівфабрикатним. Сутність першого варіанту полягає в тому, що на рахунках бухгалтерського обліку відображається рух напівфабрикатів, розраховується їх собівартість та вводиться комплексна стаття «Напівфабрикати власного виробництва». При цьому собівартість напівфабрикатів попередніх цехів включається до витрат на виробництво напівфабрикатів наступних цехів. За безнапівфабрикатного варіанту, облік руху напівфабрикатів обмежується оперативним обліком в натуральному вираженні і, відповідно, собівартість напівфабрикатів не обчислюється [2].

На нашу думку, розглянуті вище види попередільного методу не впливають на методику розрахунку собівартості, а відображають лише рівень складності процесу групування витрат та обчислення собівартості продукції.

Собівартість продукції попроцесним методом обчислюється шляхом визначення витрат за технологічними процесами, а потім за окремими видами продукції (за статтями витрат). За допомогою попроцесного методу є можливим здійснювати контроль і аналіз витрат за виробничими процесами та їх регулювання, з метою досягнення максимальної ефективності підприємства.

У закордонній літературі зазначається, що попроцесний метод використовується там, де протягом тривалого часу масова продукція проходить обробку за декількома стадіями, що називаються переділами. Тобто, поняття попроцесного калькулювання в зарубіжній літературі близьке за змістом до поняття попередільного у вітчизняній [3]. Тому можна вважати, що попроцесний метод є видом попередільного методу обліку.

Так, відповідно до інших галузей економіки, виробництво сільськогосподарської продукції характеризується різною тривалістю операційних циклів. В рослинництві характерні процеси виробництва такі як обробіток ґрунту, посів, догляд за ними і збір урожаю. У тваринництві технологія вирощування біологічних активів і сільськогосподарської продукції не збігається в часі. Так,

виращування великої рогатої худоби відбувається за такими виробничими процесами – народження, відлучка, випоювання, утримання та відгодівля. Це потребує чіткого розмежування витрат за кожним виробничим процесом, який обумовлений відповідними біологічними законами.

Отже, переваги попроцесного (попередільного) методу калькулювання полягають в тому, що можна здійснювати аналітичний облік витрат на виробництві за об'єктами калькулювання. Калькуляція здійснюється у розрізі видів або груп продукції за технологічними переділами, процесами. Збір інформації про витрати для систематизації її на рахунках бухгалтерського обліку є менш трудомістким у порівнянні із позамовним методом.

Список використаних джерел:

1. Бухгалтерский учет: учебник / А.С. Бакаев, П.С. Безруких, Н.Д. Врублевский и др.; под ред. П.С.Безруких. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Бухгалтерский учет, 2002. – 719 с.
2. Бухгалтерський управлінський облік: підручник для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» вищих навчальних закладів / Ф.Ф. Бутинець, Т.В. Давидюк, Н.М. Малюга, Л.В. Чижевська; за ред. проф. Ф.Ф. Бутинця. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Житомир: ПП «Рута», 2002. – 480 с.
3. Lucey T. Management Accounting, PP Publications Aldine House. – London, 1996. – 598 p.

Скачек Н.Ю.

НТК статистичних досліджень, м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМА ВІДОБРАЖЕННЯ ДАНИХ ЩОДО ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА У ВІТЧИЗНЯНІЙ СТАТИСТИЦІ

Сьогодні серед актуальних проблем АПК варто розглядати не лише питання доходності виробництва та переробки сільськогосподарської продукції, а й екологічні проблеми, які потребують нагального вирішення. Це, насамперед, стосується якості продукції, продовольчої безпеки, недбайливого, безвідповідального ставлення до земельних ресурсів, відсутності коштів на проведення заходів з відновлення родючості ґрунтів, засилля хімічних засобів, що використовуються в інтенсивному землеробстві, та, як наслідок, забруднення не лише земель сільськогосподарського призначення, а й навколишнього середовища

в цілому. Вирішення цих питань можливе, зокрема, завдяки подальшому розвитку органічного руху в Україні.

Різним аспектам поширення органічного виробництва присвячені дослідження таких вітчизняних вчених як Артиш В.І., Боровик Т.В., Вовк В.І., Волошин М.І., Дудар О.Т., Завадська Ю.С., Кобець М.І., Корніцька О.І., Легеза Д.Г., Мациборко О., Рудницька О.В., Яценко О.М. та ін. Так, у своїх наукових працях вони висвітлюють різнобічні питання як зарубіжного, так і вітчизняного органічного виробництва. Проте основною рисою, що поєднує всі дослідження, є прагнення авторів донести як до наукового світу, так і до широкого кола читачів основну ідею органічного виробництва – досягнення балансу між економічними вигодами та екологічними пріоритетами з метою покращення екологічної ситуації в Україні та збереження довкілля.

Беззаперечним є той факт, що ґрунтовний аналіз будь-якого процесу, у тому числі й розвитку органічного виробництва, має базуватися на достовірних статистичних даних. Якою ж, власне, є ситуація в Україні з цього приводу? Чи надає офіційна статистика дані щодо обсягів вітчизняного виробництва органічної продукції? Які кроки необхідно здійснити для того, щоб користувачі могли отримувати такі дані? Пошук відповідей на ці запитання і є першочерговим завданням цього дослідження.

Насамперед варто зауважити, що на сьогодні пошук даних щодо обсягів вітчизняного виробництва органічної продукції в офіційних статистичних виданнях або на порталі Державної служби статистики України поки що є марним. Вітчизняна статистика сільського господарства та навколишнього середовища, безперечно, здійснює збір статистичних даних від усіх категорій виробників сільськогосподарської продукції з метою отримання достовірних даних, що характеризують різні аспекти сільськогосподарського виробництва.

Так, відповідно до форм державних статистичних спостережень офіційна статистика отримує дані щодо площ власних та залучених земельних угідь, посівних та зібраних площ у розрізі окремих культур, поголів'я тварин у розрізі окремих їх видів, обсягів виробленої продукції рослинництва і тваринництва як в цілому, так і за окремими видами тощо. Звичайно ж, регіональний розріз та-

кож є цікавим для різних категорій користувачів і такі показники є в наявності. Проте статистичні дані, що характеризують розвиток органічного виробництва в Україні, офіційна статистика сьогодні не надає, хоча інтерес користувачів до такої інформації з кожним роком невпинно зростає. Тому основними джерелами даних щодо вітчизняного органічного виробництва наразі є портали громадських організацій, що займаються підтримкою органічного руху в Україні, та наукові публікації вітчизняних вчених із зазначеної тематики.

Основною причиною такої ситуації є відсутність законодавчого забезпечення розвитку органічного виробництва. Адже закон «Про органічне виробництво», перша редакція якого розглядалася ще у 2005 році, був прийнятий Верховною Радою України 21 квітня 2011 року з набранням чинності з 1 січня 2012 року, проте з огляду на вето Президента України від досі не діє [1]. Варто зауважити, що порівняно з першою редакцією закон зазнав суттєвих змін, ґрунтовного доопрацювання, але окремі питання, зокрема, механізми взаємодії між органами акредитації, сертифікації та виробниками органічної продукції, поки що не відпрацьовані.

Звичайно, недосконале законодавче поле є суттєвою перепорою формуванню статистичного забезпечення органічного виробництва в Україні, але слід враховувати глобальну тенденцію до визнання органічного руху, що супроводжується прийняттям відповідного законодавства на національних рівнях та відображенню даних щодо органічної продукції в офіційній статистиці. Так, на думку автора, в Україні одночасно з доопрацюванням закону «Про органічне виробництво» доцільно здійснювати узгодження статистичного інструментарію з питань органічного виробництва. Насамперед, необхідність в такому узгодженні перш за все пов'язана з тим, щоб уникнути дублювання статистичних показників і забезпечити, за можливості, зниження навантаження на респондентів.

Крім цього, варто зауважити, що окремі виробники органічної продукції наразі звітують перед органами статистики в рамках окремих державних статистичних спостережень, проте у відповідних статистичних реєстрах відсутня інформація щодо використання такими виробниками принципів органічного ви-

робництва. Внесення відповідних коригувань до реєстрів створить умови для використання наявних статистичних даних з метою аналізу обсягів виробництва вітчизняної органічної продукції. Звичайно, це не стосується певних специфічних для органічного виробництва показників, таких як, наприклад, обсяги площ під дикоросами, оскільки вони можуть бути отримані лише за допомогою окремих обстежень на основі спеціально розроблених анкет, призначених лише для виробників органічної продукції.

Список використаних джерел:

1. Пропозиції Президента до Закону "Про органічне виробництво" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=38338

К.е.н. Табенська О.І.

Вінницький національний аграрний університет, Україна

ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі, завдяки тривалим трансформаційним процесам, ринок має деякі відмінності від ринку «вільної конкуренції». Ринкова економіка як система, що виникла в результаті самоорганізації та саморозвитку, виявилася досить ефективною, гнучкою, здатною формувати раціональну структуру господарства та забезпечувати широкі межі економічної свободи її суб'єктам.

Разом з тим, існує низка проблем, пов'язаних з природними чинниками, економічною суспільною діяльністю та іншими її видами, а також природним розвитком самого ринкового господарства, до яких ринок залишається байдужим, а суспільство прагне їх вирішення. Саме тому є необхідність державного втручання в економіку, яку пов'язують з відмовами ринку.

О.Г. Шпикуляк зазначає, що ринок стимулює ефективний розвиток суспільства, особливо його економічних механізмів. «Ринок функціонально підлягає впливу регуляторного механізму, створеного державою, яка окреслює пара-

метри й межі його конструкцій, обмежуючи дії «невидимої руки». Таким чином, інституціональне забезпечення розвитку й регулювання ринку є однією з фундаментальних основ його функціонування.

Найважливіше, що потрібно зробити, це сформувати інфраструктуру інституцій та інститутів ринкового й інформаційного забезпечення дрібних товаровиробників, а забезпечувальну роль мають відігравати професійні об'єднання і громадські організації, насамперед, у плані консолідації зусиль саморегулювання, що визначатиме конкурентоспроможність аграрних товаровиробників» [1, с. 150–157].

Основні завдання держави щодо підвищення конкурентоспроможності агропромислового комплексу відображені на (рис. 1).

Заходи державного впливу передбачають в Україні: доступ сільськогосподарських товаровиробників до пільгового кредитування, цільове використання фінансових ресурсів, розвиток елементів ринкової інфраструктури, забезпечення аграрних та переробних підприємств всією необхідною технікою на умовах лізингу, державна та регіональна підтримка інвесторів, врегулювання законодавчої бази та використання нових технологій.

Значну увагу, для покращення діяльності основних елементів ринкової інфраструктури, необхідно звернути взаємодії двох складових – фінансової та інформаційної. Саме банківські установи дають змогу в необхідний термін і гарантовано забезпечити розрахунки між кінцевими покупцями та аграріями, які безпосередньо займаються виготовленням сільськогосподарської продукції.

Однією з важливих підстав утворення інновації є володіння інформацією, яка може надходити з різних джерел, залежно від виду інновації, що впроваджується. Інформація, яка впливає на виникнення інновації, постійно проходить поміж подібними структурами (підприємства, середовище підприємств), а також усередині цієї структури. Такий обіг дає змогу аналізувати й використовувати досвід багатьох середовищ.

Основні джерела інформації та види мотивації творців ідей для потреб інноваційних процесів наведено в табл. 1.



Рис. 1. Основні завдання держави щодо підвищення конкурентоспроможності агропромислового комплексу

Оскільки кожне нововведення – це справа, зроблена людиною, людський фактор є ключовим елементом у процесі виникнення інновацій на підприємстві. Особа, яка створює нововведення, може належати до середовища, безпосередньо пов'язаного з підприємством, або до оточення підприємства [2, с. 206–210].

Необхідно звернути увагу на створення дорадчих служб, агроконсалтингових послуг, які допоможуть сільськогосподарським товаровиробникам орієнтуватися в ринковій ситуації.

Таблиця 1. Основні джерела інформації та мотивації творців ідей для потреб інноваційних процесів

Джерело ідей	Мотивація творців ідей
Підприємство (власне або конкурентне)	Використання власного потенціалу, необхідність розвитку, досягнень, досліджень
Клієнти і поручителі	Задоволення власних потреб через виробника
Постачальники	Стимулювання збуту
Мережа збуту	Утримання або зміцнення позицій на ринку
З'їзди, ярмарки, виставки	Інформаційне посередництво
Спеціалізована література, проспекти, каталоги	Стимулювання рішень, інформування про нові рішення
Прогнозування і вивчення ринку	Оцінювання й визначення шансів і загроз
Незалежні експертні служби	Пропагування та поширення рішень
Вивчення ринку	Інформація про ринок та поведінку, потреби й очікування клієнтів

Послуги маркетингу їм будуть потрібні після вивчення й впровадження основ інтеграції та кооперації, залучення кооперативних кредитних спілок та зацікавленості держави в боротьбі з іноземними конкурентами. В зв'язку з цим, зростає роль агромаркетингу як системи, що проводить дослідження складових елементів цілісного ринкового середовища, суб'єктів аграрної сфери, вивчення та впровадження перспективних планів у виробництво [3, с. 103–109].

Важливим помічником сільськогосподарського товаровиробника має стати інформаційно-консультаційний центр. Фахівці центру або його сайт надаватимуть інформацію про середні закупівельні ціни переробних підприємств, великих оптових покупців, котирувальні ціни на біржі, а також список брокерських контор, які спеціалізуються на біржовій торгівлі сільськогосподарською продукцією [4, с. 21–25].

Окреме місце займають інформаційно-маркетингові центри. До завдань центру належить допомога підприємствам у встановленні між ними прямих ділових контактів, виявленні найбільш важливих потреб регіонального підприємництва, сприяння швидкому товарному наповненню місцевих ринків, введення територіально розподіленої бази даних суб'єктів підприємницької діяльності.

Регіональний інформаційно-маркетинговий центр повинен брати активну участь в обміні інформацією між усіма учасниками підприємницької діяльності, підтримувати бази даних та інші інформаційні ресурси, сприяти розвитку мар-

кетингових засад у регіональній економіці та серед суб'єктів підприємництва, зокрема допомагати у використанні маркетингових інструментів та наданні різноманітних маркетингових консультаційних послуг [5, с. 422–428].

Особлива роль у сфері підтримки розвитку підприємництва на загальнодержавному рівні належить сільськогосподарському дорадництву. Досвід Польщі засвідчує, що саме система дорадництва є ефективним засобом стимулювання різнобічного розвитку сільських регіонів через сприяння розвитку різних видів діяльності на селі, перекваліфікація сільськогосподарських товаровиробників і стимулювання їх на виконання інших видів несільськогосподарської діяльності, передачі селянам ринкової інформації стосовно актуальних цілей формування попиту та пропозиції, кредитів, страхування і банківського обслуговування тощо [6, с. 84–90].

Отже, ефективне державне регулювання агропромислового комплексу передбачає: якісне інформаційне та інвестиційне забезпечення; впровадження пріоритетних інноваційних програм; розвиток основних елементів ринкової інфраструктури; надання дотацій, пільгових кредитів сільськогосподарським товаровиробникам, використання переваг кооперації та інтеграції.

Список використаних джерел:

1. Шпикуляк О.Г. Інституціональне забезпечення розвитку та регулювання аграрного ринку: аналітична оцінка / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2010. – № 4. – С. 150–157.
2. Шлюсарчик Б. Умови інноваційності підприємств у сучасній ринковій економіці / Б. Шлюсарчик // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 206–210. – (Серія «Економіка та підприємство»).
3. Табенська О.І. Напрями удосконалення державного регулювання інтегрованих процесів на регіональному рівні в контексті європейської інтеграції / О.І. Табенська: матеріали II Міжн. наук.- практич. конф. [«Проблема регіонального розвитку в контексті європейсько-азіатської інтеграції»], (Вінниця, 27–28 листоп. 2009 р.) / М-во освіти і науки України, Вінн. кооперат. ін-т; наук. ред. К.Д. Якимчук. – Вінниця: Вінн. кооперат. ін-т, 2009. – С. 420–424.
4. Калетнік Г.М. Роль інфраструктури аграрного ринку в ціноутворенні на сільськогосподарську продукцію / Г.М. Калетнік, Г.О. Пчелянська // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 21–25.
5. Жуков С.А. Аутсорсинг як система співпраці між регіональним інформаційно-маркетинговим центром і підприємствами регіону / С.А. Жуков // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 10 (88). – С. 238–245.
6. Василенка Н.І. Диверсифікація виробничої діяльності сільського населення Львівської області / Н.І. Василенка // Економіка АПК. – 2010. – № 3. – С. 84–90.

ЗМІСТ

СУЧАСНІ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ

<i>Врода Ю.Ф.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ В ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	3
<i>Люльчак З.С.</i> СЛАНЦЕВИЙ ГАЗ – ЗА ТА ПРОТИ.....	6
<i>Микуляк О.В.</i> КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ ДОГОВІРНИХ ОЩАДНИХ ІНСТИТУТІВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	8
<i>Мних О.Б., Іванова Д.О.</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ У КОНКУРЕНТНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	11

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ В ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

<i>Божко Л.М.</i> ОБЩИЕ ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ.....	18
<i>Гейко Л.М., Бойко О.С.</i> ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	20
<i>Котлик С.В., Калугина В.А.</i> НЕКОТОРЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УКРАИНЫ.....	23
<i>Могилевская О.Ю.</i> КРИТЕРИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.....	27
<i>Фролов А.В.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНА.....	30
<i>Шульгіна Л.М., Мельничук В.М.</i> ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ЦІННОСТІ УПАКОВКИ ЯК ОСНОВНОГО ПРОДУКТУ ФЛЕКСОГРАФІЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	32

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ МАЛОГО БІЗНЕСУ

<i>Абрамова Е.А., Ильченко А.Н.</i> МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.....	36
<i>Базиченко В.В.</i> РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ПОДАТКОВОГО КОДЕКСУ УКРАЇНИ.....	41
<i>Деньга С.М.</i> СУТНІСТЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ВКЛАДЕННЯ КАПІТАЛУ В ПІДПРИЄМСТВО.....	44
<i>Кухарська Н.О.</i> МІЖРЕГІОНАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ.....	47
<i>Матвійчук К.А.</i> ТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ТА ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ТІНЬОВИХ КАПІТАЛІВ В УКРАЇНІ.....	52
<i>Мідляр А.К.</i> ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	57
<i>Оглобля Н.А.</i> РЕЙТИНГОВЕ ОЦІНЮВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ РИНКОВИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ.....	61
<i>Пуйда Г.В.</i> РОЗРОБКА СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ ТЕХНІЧНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	64
<i>Скиба Т.В.</i> ГЕНДЕРНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	67

<i>Солдатов А.Н., Голубева К.А.</i> ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА АНАЛИЗА РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ.	70
<i>Стеців С.Р.</i> РОЛЬ ЛАГІВ У ФОРМУВАННІ МЕТОДУ РОЗПІЗНАВАННЯ ЗМІН В ПРОЦЕСІ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПІДПРИЄМСТВА.	73
<i>Якимчук С.В., Пашова А.М.</i> ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	76

ПРОБЛЕМИ ОЗДОРОВЛЕННЯ АПК

<i>Басюркіна Н.Й.</i> ЧИННИКИ РОЗВИТКУ АГРОПРОМИСЛОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ	81
<i>Безнесюк Я.М.</i> СИРОВИННИЙ РЕСУРС ЯК ДОМІНУЮЧИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ М'ЯСОПЕРЕРОВНОЇ ГАЛУЗІ.....	84
<i>Дуранова Т.А.</i> ПРОБЛЕМИ СИРОВИННОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОЛІЙНО-ЖИРОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	87
<i>Обозная А.А., Полторак А.С.</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ОЗДОРОВЛЕНИЯ АПК В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	90
<i>Проданчук М.А.</i> ПОПРОЦЕСНИЙ МЕТОД КАЛЬКУЛЮВАННЯ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.	92
<i>Скачек Н.Ю.</i> ПРОБЛЕМА ВІДОБРАЖЕННЯ ДАНИХ ЩОДО ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА У ВІТЧИЗНЯНІЙ СТАТИСТИЦІ.	95
<i>Табенська О.І.</i> ОСНОВНІ НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ.	98

Наукове видання

Мови видання: українська, російська

ЯКІСТЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ГЛОБАЛЬНІ ТА ЛОКАЛЬНІ АСПЕКТИ

Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції

Київ · 24–25 травня 2012 р.

У трьох томах

Том 2. Актуальні питання сучасності

Окремі доповіді друкуються в авторській редакції

Організаційний комітет не завжди поділяє позицію авторів

За точність викладеного матеріалу відповідальність покладається на авторів

Відповідальний редактор Біла К. О.

Дизайн обкладинки Косолапов О. В.

Технічний редактор Капуш О. Є.

Підп. до друку 28.05.12. Формат 60x84¹/₁₆.

Ум. др. арк. 5,15. Тираж 100 пр. Зам. № 0512-02.

Видавець та виготовлювач СПД Біла К. О.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 3618 від 6.11.09.

Надруковано на поліграфічній базі видавця Білої К. О.

Україна, 49087, м. Дніпропетровськ, п/в 87, а/с 4402

тел. +38 (067) 972-90-71

www.confcontact.com , e-mail: conf@confcontact.com